



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Escola de Comunicação

JORNALISMO OU *REALITY SHOW*

Novas tendências de programação

Raquel Couto Azevedo Santos

Rio de Janeiro

2009



UNIVERSIDADE FEDERAL DO RIO DE JANEIRO

Centro de Filosofia e Ciências Humanas

Escola de Comunicação

Jornalismo ou *reality show*: novas tendências de programação

Raquel Couto Azevedo Santos

Monografia apresentada à Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro, como pré-requisito à conclusão do curso de Comunicação Social, habilitação em Jornalismo

Orientador: Profª. Dr. Cristina Rego Monteiro.

Rio de Janeiro

2009

Jornalismo ou *reality show*
Novas tendências de programação

Raquel Couto Azevedo Santos

Monografia submetida ao corpo docente da Escola de Comunicação da Universidade Federal do Rio de Janeiro – UFRJ, como parte dos requisitos necessários à obtenção do grau de bacharel em Comunicação Social.

Banca Examinadora:

Professora Cristina Rego Monteiro – Orientadora

Professor Amaury Fernandes

Professor Paulo Senra

Aprovada em:

Nota:

Rio de Janeiro
2009

SANTOS, Raquel.

Jornalismo ou *reality show*: novas tendências de programação.
Orientadora: Cristina Rego Monteiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2009.

Projeto Experimental. Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. Curso de Comunicação Social. Habilitação em Jornalismo.

1. Televisão 2. Jornalismo 3. Reality show 4. Real
– Projeto Experimental. I. MONTEIRO, Cristina Rego (orient). II.
Universidade Federal do Rio de Janeiro. Escola de Comunicação. III.
Jornalismo ou *reality show*: novas tendências de programação.

Agradecimentos

À minha mãe, Sônia, à quem devo tudo o que sou, meu reconhecimento e eterno agradecimento por todo o sacrifício à minha formação.

Ao meu pai, Fábio, que me ensinou a ver a vida de uma forma diferente, e a lutar por meus objetivos. Mesmo com algumas limitações, posso sentir o seu amor e isso me dá força para viver a cada dia.

Ao Michael que, graças ao seu amor e paz, soube me dar tranquilidade neste momento. Obrigada pela paciência, amor.

À minha orientadora, Cristina rego Monteiro, por toda a atenção e carinho, estando sempre acessível e disposta a ajudar, indo muito além de uma professora ou orientadora.

Ao professor Amaury que sempre me recebeu da melhor forma e esteve sempre disposto a resolver alguns problemas burocráticos, com atenção e, principalmente, com o coração.

Aos meus avós, Isis e Darcy, que me acolheram com todo o amor em sua casa no início do curso. Devo a vocês muito do que sou, obrigada!

SANTOS, Raquel Couto Azevedo Santos. **Jornalismo ou reality show: novas tendências de programação.** Orientadora: Cristina Rego Monteiro. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO. Monografia em jornalismo.

RESUMO

O trabalho pretende analisar as tendências da programação na TV contemporânea, na qual o interesse pelo real está cada vez mais presente. A análise da mídia evidencia não só o surgimento de vários programas que misturam diferentes gêneros como o jornalismo e, o documentário e o *reality show*, como a espetacularização dos fatos na programação dos diferentes canais, na busca por mais audiência. A história demonstra que o processo de representação do real e o interesse pelo espetáculo foram incorporados à mídia do Brasil e do Mundo, desde o seu surgimento. Partindo da descrição de alguns novos programas lançados na TV este ano (2009), procura-se verificar como esses programas novos e híbridos atuam na representação do real. Com o avanço das tecnologias de informação e comunicação, torna-se indispensável refletir sobre novas formas de comunicação na televisão, que é, talvez, a mídia mais influente na atualidade.

SUMÁRIO

1. Introdução

2. O real e o espetáculo na TV

2.1. Edição e representação do real

2.2. A espetacularização na TV

2.2.1. A espetacularização da notícia

2.3. Crise do jornalismo?

3. Definições, mudanças e tendências na TV

3.1. Telejornalismo

3.2. Jornalismo cidadão

3.3. Documentário

3.4. *Reality TV*

4. Estudo de casos - *Multishow Reality*

4.1. Nalu Pelo Mundo

4.2. Extremos

5. Conclusão

6. Referências Bibliográficas

Anexos

1. Introdução

Com a imagem, nada é simples, ainda mais hoje para sociedades que fizeram dela a relação privilegiada e mais direta com a realidade. Portanto, seu estatuto está modificado por causa simplesmente do volume de imagens em circulação. Isso cria uma situação inédita em que a imagem constitui tanto a realidade quanto a representa. Portanto, é todo o estatuto da imagem e de sua relação com a realidade que está colocada. A relação entre imagem, realidade e verdade deve ser ainda mais questionada porque, como lado espetacular da realidade, essa se reduz a uma sucessão de imagens fortes, simbolizando, na maior parte do tempo, acontecimentos graves ou trágicos. (WOLTON, 2004: 309)

Este estudo procura, a partir das mudanças e tendências da programação da TV, ajudar a pensar o lugar estratégico que ocupa esse poderoso meio de comunicação de massa, nas dinâmicas cotidianas da vida dos grupos sociais, na transformação das sensibilidades e no modo de construir imaginários e identidades a partir da representação do mundo.

Programas com formatos parecidos começaram a pipocar na grade de programação das diferentes emissoras, tanto abertas, quanto pagas. Ao assistir ao canal Multishow, da GLOBOSAT, observou-se que em um mesmo mês, o canal lançou cerca de dez programas, diferentes entre si, mas com uma semelhança fundamental: o interesse pelo real. Descobriu-se então, que eram programas lançados com uma “chamada” diferente, denominado pelo canal, como “*Multishow reality apresenta*” e tinha sim, e muito, a ver com realidade, mas também não eram como os *reality shows* convencionais, muito comuns na programação de TV, como o *Big Brother*, por exemplo.

Tantos programas, lançados por um só canal, com apelo à realidade, tem que ter algum poderoso fator impulsionando esse investimento. E qual é o grande impulso da TV? A resposta é a audiência. Mas de qualquer forma, a audiência também é movida pelo interesse do público e a questão é: qual o porquê deste interesse pela realidade?

O estudo passou então, a investigar a representação do real e as suas múltiplas possibilidades. E aí então, estudar, primeiro como é reproduzida a realidade, e como ela é recebida pelos telespectadores e pela sociedade. Quando ligamos a TV, sabemos o que

estamos assistindo? Sabemos separar a realidade nua e crua, das imagens e mensagens imagéticas que chegam a nossa casa diariamente? Temos a consciência de que aquelas imagens passaram por diversos processos de edição e pela subjetividade do trabalho de muitos e diferentes profissionais?

No primeiro capítulo dará destaque a alguns filósofos e estudiosos que pensam no real e na sua representação. Em um primeiro momento, o filósofo italiano Gianni Vattimo, niilista, acredita na desvalorização da verdade e dos valores tradicionais, defendendo a idéia de que o fato das pessoas crerem intensamente naquilo que crêem, a ponto de se matarem para impor sua crença aos outros, como os fanáticos e fundamentalistas, já é o reflexo de uma sociedade que não é niilista e questionadora o suficiente. Vattimo fala ainda, das múltiplas formas de se ver o mundo e se há a possibilidade de existir um ponto de vista único e dominante.

Neste capítulo também será estudado o papel das máquinas, como a câmera, por exemplo, na construção das imagens e na influência delas sobre o homem. Mais que isso: que a mídia afeta a realidade e a constrói a partir de suas visões e, assim, funciona como um aparelho poderoso na representação d que vemos.

Em outro momento deste capítulo, o foco será na espetacularização na TV. Na maioria dos programas de TV, o espaço para a reflexão desaparece e as cenas mais sensacionais ganham destaque. E será estudado o porquê desta espetacularização e as consequências para a televisão e para a sociedade, além das mudanças que causam na forma de comunicar, se fazer jornalismo e televisão como um todo. Para aprofundar o assunto, foram estudados textos de Guy Debord e Douglas Kellner, sobre espetáculos.

Para concluir este capítulo, serão estudados além da influência da espetacularização na notícia, as mudanças que a mídia e a sociedade acarretam no jornalismo. O sociólogo Dominique Wolton destacará então, alguns problemas apresentados pelo jornalismo contemporâneo.

Após estudar as teorias da TV contemporânea e entender como são construídos - ou reconstruídos – os fatos e a realidade, o estudo tentará desenvolver algumas análises e definições de alguns dos diversos gêneros televisivos, com o objetivo de compreender melhor a dinâmica da TV, propiciada pelas mudanças e mais ainda pelo avanço de novas tecnologias.

O imediatismo cada vez mais acelerado da notícia, as novas tecnologias que não param de surgir e a convergência das mídias, entre outros fatores, obrigam os profissionais do setor a se atualizarem e adaptarem da melhor maneira possível às novas exigências e realidades.

No segundo capítulo, foram escolhidos quatro gêneros de programas televisivos, que enfatizam a realidade e, por isso, muitas vezes, se confundem entre si, na tentativa de melhor analisar as tendências de programação e os programas da atualidade.

E na tentativa de melhor compreender como é este real na TV e qual é o papel da edição em diferentes formatos de programas, foram escolhidos os seguintes gêneros: telejornalismo, jornalismo cidadão, documentário e *reality show*.

Primeiro, será estudado o telejornalismo, com suas características específicas, como a objetividade, imparcialidade e a fidelidade a verdade e a realidade dos fatos. Será discutido então, mais uma vez, o papel do editor nas redações dos telejornais.

Depois, mais uma consequência do avanço da tecnologia, será aprofundada. Com celular, câmeras fotográficas, blogs, fotologs entre outros, qualquer cidadão pode entrar na mídia e também fazer jornalismo. É o caso do *jornalismo cidadão* ou *jornalismo participativo*.

Os documentários também serão estudados. Este antigo gênero vem passando por mudanças e muitas vezes, confunde-se com outros tipos de programas. A credibilidade e a veracidade dos depoimentos nos documentários sempre imprimiram a marca da realidade. Porém, as teorias mais recentes têm questionado esse caráter extremamente real do documentário, discutindo, inclusive, a veracidade dos testemunhos dos atores sociais aí presentes. Além disso, percebe-se que os diretores do cinema documentário têm empregado, com frequência, práticas e convenções tradicionalmente associadas ao cinema de ficção, a exemplo da roteirização e da encenação dos testemunhos e das situações apresentadas. Assim, vários aspectos serão questionados.

Por último, serão realizados o fenômeno do surgimento dos *reality TV* (TV realidade), na qual os reality shows dominam a audiência e as grades de programação dos canais de televisão.

Neste capítulo, também serão colocadas algumas diferenças e semelhanças marcantes entre estes gêneros, a partir da tentativa de traçar algumas proximidades e distanciamentos entre eles, com o foco na representação do real.

Finalmente, o terceiro capítulo retornará ao início da idéia deste trabalho, que começou a ser pensado a partir da observação de alguns programas lançados pelo canal Multishow.

Nesta fase, serão analisados então dois programas lançados este ano (2009) e que, se por um lado trazem algumas fórmulas para conquistar a audiência, por outro lado, despertou o interesse em realizar este estudo.

Para completar a análise e na tentativa de ver na prática o que foi estudado, como a mistura de gêneros na TV e o interesse pelo real, foram escolhidos o *Nalu Pelo Mundo*, que traz uma família que viaja pelo mundo em busca de ondas grandes e lugares exóticos e *Extremos*, que mostra a apresentadora Dani Monteiro, em situações de extremo risco e estresse, em lugares perigosos como picos e trilhas ao redor do mundo.

Para realizar este projeto, foram feitas pesquisas bibliográficas, entrevistas com profissionais da área, transcrição de entrevistas já realizadas disponibilizadas na internet e análise de programas.

Marcel Souto Maior, diretor do programa semanal da rede globo, Profissão Repórter contribui para mostrar o ponto de vista de quem escolhe e dirige algumas notícias disponibilizadas na mídia. Falou de espetacularização da notícia, de mudanças na grade de programação, sobre a representação do real na TV e, por último, da diferença entre alguns formatos de programas.

Outra entrevista foi feita com Rogério Imbuzeiro, atual editor do RJTV, telejornal diário também da TV Globo. Ele que já foi editor *Jornal Nacional*, *Jornal da Globo*, *Jornal Hoje*, *Fantástico*, *Bom Dia Brasil* e *Bom Dia Rio*. falou sobre as perspectivas da TV contemporânea e sobre a difícil tarefa de edição, na qual é necessário escolher o que vai e o que não vai “ao ar”.

Em suma, este trabalho defende a hipótese de que as produções audiovisuais que circulam na televisão, no cinema, na internet, nos espaços de arte contemporânea, em dispositivos móveis como telefones celulares, são atravessadas por imagens “reais” de diferentes tipos (violentas, banais, protagonizadas por celebridades ou anônimos),

capturadas por câmeras de formatos diversos. E estas imagens acabam se tornando um retrato da realidade tal qual ela é, para os telespectadores

Além disso, defende a idéia de que o surgimento de programas com formatos semelhantes em que os apelos pelo real e pelo espetáculo se tornam cada vez mais comuns e passam a comandar as grades de programação da maioria dos canais televisivos. Será que há um desgaste das formas audiovisuais estabelecidas? Tentativas de revitalizar um espectador entediado a quem é preciso oferecer uma dose maior de “realidade” para quebrar a indiferença? Maneiras de satisfazer o desejo “voyer” do público de ver sempre mais? Eis questões que permearam o desenrolar deste estudo.

2. O real e o espetáculo na TV

Marcel Souto Maior, diretor do *Profissão Repórter*, programa semanal da TV Globo, define a TV, tentando delimitar o que é real e o que é ficção:

É um lugar-comum imenso, quase imperdoável, mas a verdade é a seguinte: muitas e muitas vezes a realidade supera a ficção. Algumas situações reais são tão inverossímeis que seriam condenadas num roteiro de ficção por serem "absurdas". Este é um dos pontos: a realidade é surpreendente. O outro ponto é que, ao mostrar a realidade e expor gente "de verdade" em situações-limites (como em determinados realities), você consegue fazer com que o público se identifique com as histórias/dramas/dilemas reais expostos ali. E empatia/ identificação são palavras-chaves para a conquista da audiência.³

A partir dessa mistura e deste interesse pelo real e esta busca incessante por audiência, a seguir, serão abordados algumas idéias sobre o real e o espetáculo na televisão.

2.1. Edição e representação do real

O jornalista Marcel Souto Maior, diretor do *Profissão Repórter* da TV Globo, fala dos desafios da edição:

A edição é sofrida, complexa, sempre desafiadora. Precisamos transformar horas e horas de material gravado nas ruas em 30 minutos de programa. E precisamos - por dever ético mesmo - tomar todo o cuidado para que a "essência" de cada história, o perfil de cada personagem retratado, não seja distorcido na edição final. Ao mesmo tempo, precisamos garantir que essa narrativa tenha ritmo, seja clara e atraente. Comunicar - costume dizer - é "seduzir". E nosso público-alvo, na TV aberta, é o "máximo possível". Ou seja: precisamos falar para todas as classes, todas as regiões do Brasil.⁴

³ SOUTO MAIOR, 2009.

⁴ SOUTO MAIOR, 2009.

Mas como ser fiel a realidade a partir do trabalho de edição de alguém que já carrega um conteúdo subjetivo, construído a partir de suas vivências e que transforma horas de filmagens em apenas 30 minutos de programa?

Rogério Imbuzeiro, jornalista e editor do RJTV também da rede globo, fala da subjetividade da representação do real, proporcionada pela edição:

A interpretação da realidade e dos fatos que a compõem, depende do que cada ser humano carrega no íntimo, em termos intelectuais, filosóficos, espirituais. Do quanto cada um tem capacidade de analisar os acontecimentos e o contexto geral que o cerca, podendo acreditar intensamente no novelão cotidiano ou não. Existe mesmo quem não dê a mínima pelota para os factuais do mundo e seu caráter efêmero e circunstancial, estando muito mais conectado com o processo de evolução individual rumo a outros planos da existência.⁵

E na tentativa de busca da realidade dos fatos e da busca de sentidos, filósofo italiano Gianni Vattimo pertence ao grupo dos teóricos niilistas – que apostam na desvalorização e a morte do sentido, a ausência de finalidade e de resposta ao “porquê”. Os valores tradicionais se depreciam e os “princípios e critérios absolutos dissolvem-se. Tudo é sacudido, posto radicalmente em discussão. A superfície, antes congelada, das verdades e dos valores tradicionais está despedaçada e torna-se difícil prosseguir no caminho, avistar um ancoradouro – o fato de as pessoas crerem intensamente naquilo que crêem, a ponto de se matarem para impor sua crença aos outros – como fazem os fanáticos, os fundamentalistas – é reflexo de uma sociedade que não é suficientemente niilista.

Vattimo acredita que a pós-modernidade inicia quando não se pode mais falar de uma história unitária. Não há um centro em torno do qual todos os acontecimentos se ordenam. Os filósofos dos séculos XIX e XX já criticavam essa idéia, mostrando que era apenas um recurso ideológico das classes dominantes para imporem seus valores, suas visões de mundo, suas memórias. Portanto, não existe uma história única e, sim, imagens do passado, propostas por diversos pontos de vista.

Multiplicam-se as formas de ver o mundo e já não é mais possível falar nem um ponto de vista único, central, dominante. Os jornais, o rádio, a televisão e, hoje, de

⁵ IMBUZEIRO, 2009.

modo ainda mais intenso, a internet, abriram espaço para os diversos grupos sócio-culturais manifestem as suas crenças, desejos e modos de vida. O espaço físico (geográfico) perde importância para o espaço midiático e os acontecimentos adquirem proporções universais. Encurtam-se as distâncias e os problemas mais longínquos são levados para o interior de cada país.

No entanto, segundo Vattimo, independentemente de tudo isso, a sociedade dos *mass media* não é uma sociedade mais esclarecida ou mais “iluminada”, nem mais transparente. Vattimo acredita que a veiculação das múltiplas culturas e das diferentes visões de mundo nega o próprio ideal de uma sociedade transparente. Para ele, a liberdade de informação não teria sentido num mundo cuja a norma fosse a reprodução exata da realidade: “[...] a intensificação das possibilidades de informações sobre a realidade nos seus mais variados aspectos torna cada vez menos concebível a própria idéia de uma realidade” (VATTIMO, 1991: 15). Assim, o autor defende que a realidade é o resultado das múltiplas imagens, interpretações, construções e reconstruções distribuídas sem qualquer coordenação “central” pela mídia.

Daí, a impossibilidade de haver, na sociedade dos *media*, um ideal emancipativo forjado pela autocoscência de si e do mundo, pela existência de uma Verdade única e incontestável e pelo perfeito conhecimento das coisas. Portanto, de acordo com Vattimo, o que surge é “um ideal de emancipação que, na sua própria base, reflete oscilação, pluralidade e, finalmente, a erosão do próprio ‘princípio de realidade’” (VATTIMO, 1991: 15).

Já o filósofo e pensador tcheco Vilém Flusser investiga o homem e a sociedade nos oferecendo uma reflexão pertinente sobre a relação entre as imagens, as pessoas e as máquinas, e também uma nova forma de pensar como a realidade passa a ser percebida e contada pelos homens a partir do momento que utilizam aparelhos para intermediar seus relatos sobre o mundo e sobre as coisas. Tudo isso, levando em conta que hoje a sociedade cada vez mais se comunica através de imagens produzidas pelos equipamentos e também conhece o mundo a partir delas.

O jornalismo, o documentário e muitos programas da TV são meios de intermediar a realidade vivida, os fatos, para contar ao público uma versão que pretende representar o real. Não fosse isso, esta atividade perderia o interesse e deixaria de fazer-se necessária para a sociedade que busca conhecer os fatos através destes relatos. Cada

vez mais a imprensa utiliza-se de máquinas para contar suas versões e esses instrumentos vêm se aperfeiçoando e aumentando a complexidade de suas operações. É muito importante, lembrar a figura dos editores. Eles são os últimos profissionais a configurarem o fato que irá representar o real para os telespectadores. Desses profissionais são exigidos o conhecimento técnico e a capacidade de sintetizar informações para se adequar aos padrões televisivos, mas não é só isso.

Levantando as premissas que baseiam a atividade jornalística, como o caráter positivista de sua concepção filosófica e ainda as pretensões de objetividade e isenção, a intenção é dialogar com o pensamento de Flusser e de outros autores da comunicação, para debater quais os novos condicionamentos trazidos para a edição de imagens no telejornalismo. Assim, discutiremos como isso pode afetar a representação da realidade, cada vez mais mediada por aparelhos que, por sua vez, mostram-se mais complexos e difíceis de decifrar.

Mas antes de iniciar a discussão de como os aparelhos interferem na mídia vamos compreender melhor o pensamento de Flusser sobre eles. Para o autor aparelhos são mais que máquinas. Eles são fazer parte do mundo, não são sujeitos, mas são capazes de produzir o mundo e por isso carregam uma semelhança com as pessoas criando um novo status de coisas. Esta é uma das reflexões apresentadas por Márcia Tiburi que acrescenta:

O aparelho não seria sujeito – no sentido humano em que nos acostumamos a usar este termo – nem seria objeto – por não ser manipulável simplesmente –, mas seria um exótico objeto com a capacidade (que antes cabia ao sujeito) de manipular e dar sentido a tudo. O aparelho seria o órgão alienador do ser humano. (...) O homem é alienado pelo aparelho. Porém, o aparelho, ao produzir um mundo de superfícies, ao determinar o mundo como sendo tela e telas de imagens, aliena também o homem da linguagem escrita, aquela que poderia fazê-lo não alienado.⁶

É importante perceber a forma como o aparelho interfere, portanto, no mundo com o fim de alterá-lo, a ponto de não se poder mais pensar ou conceber o mundo sem eles quando o mesmo não se dá com o sujeito que é descartado. É bom ter em mente

⁶ TIBURI, 2008. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php/ghrebh/article/view/3/1>

que todo objeto cultural, seja arte, religião ou ciência, seja o que for, acaba por produzir o mundo, à medida que o transforma. Assim também acontece com o jornalismo e com a mídia em geral. Enquanto faz parte do mundo e está inserida nela também transforma as coisas e a forma como as pessoas vêm e percebem a si, aos outros e a tudo que está ao seu redor. Dentro disso, pode-se dizer que a mídia afeta a própria realidade e a constrói a partir de suas versões e assim, também funciona como um aparelho.

Foi com as máquinas, e com a capacidade criativa do homem ao utilizá-las, que a realidade e ficção passaram a ficar cada vez mais difíceis de serem distinguidas. Eles foram ficando mais sofisticados e competentes para que o homem pudesse ficar mais ocioso e incompetente, conhecendo cada vez menos as máquinas e o que está dentro delas e de seus programas. Foi nessa evolução que as imagens surgiram na imprensa, com a capacidade dada pelos homens às máquinas de transformarem luz em imagens e, mais difícil do que isso, reproduzir essas imagens no papel ao lado de textos.

Com essa nova ferramenta, a fotografia, o jornalismo começou a construir universos feitos de imagens que, pouco a pouco, ganharam o espaço do texto conferindo aos últimos maior veracidade ou credibilidade. É bem verdade que nas primeiras experiências fotográficas na mídia os retratos mais pareciam borrões de cenas do que fatos. Mas este *status* mudou, a ponto de hoje vivermos uma era dominada pelas imagens.

Sendo assim, seria natural também que as imagens passassem a ser consideradas como expressões do mundo, como um reflexo puro e simples. Segundo Flusser:

A máquina fotográfica liberou os dedos humanos dos desenhos e ao mesmo tempo deu aos relatos através das imagens uma maior credibilidade, fazendo com que aquelas imagens fotografadas parecessem guardar mais fidelidade aos fatos do que um desenho por terem menos interferência do homem. Pareciam as fotografias, portanto, mais objetivas do que as gravuras. (FLUSSER, 2002: 10).

Esta crença na fidelidade das imagens e da isenção das máquinas ao relatar os fatos sempre serviu muito bem ao jornalismo, emprestando aos relatos dos profissionais a crença da objetividade.

Para o positivismo, filosofia fundada por Augusto Comte no Século XIX, a humanidade é o objeto real e acessível ao homem entendida como a comunhão de todos os homens em uma continuidade e uma solidariedade no tempo. Assim, as ações dos indivíduos estariam coordenadas para a harmonia da vida em sociedade e o todo existiria para o bem dos membros individuais. Deste modo, não seria possível desconfiar de que os jornalistas estariam trabalhando com outra finalidade que não fosse a de relatar os fatos com fidelidade para o bem de toda a sociedade. O jornalismo dentro da sociedade positivista serviria não apenas como fonte de informação, mas também como um instrumento de confirmação das bases dessa teoria afinal, o real concreto, apontado pelo positivismo como uma noção possível, poderia ser estampado e divulgado para conhecimento geral através dos jornais de uma forma considerada objetiva e que poderia ser embasada em uma fórmula de apreensão e relato da realidade de forma isenta.

Dentro do modelo positivo da sociedade o jornalista é um indivíduo capaz de apreender a realidade e de descrevê-la a partir dos fatos que são toda a realidade compreensível e que não pode ser encoberta. A função do jornalista é observar e relatar. E seus relatos devem ser objetivos, como propõe a cultura positiva da ciência. O jornalista presencia os fatos e com base neles retrata a extensão da realidade presentes nos resultados e nas relações entre os fenômenos. A realidade positivista é tangível e, portanto, capaz de ser relatada e até mesmo controlada. Os jornais seriam, portanto, o retrato do real, de fatos perfeitamente compreensíveis e que poderiam ser narrados tal e qual aconteceram expressando, somente por isso, a realidade em si. Desta forma, as notícias forneceria ao leitor uma visão clara dos acontecimentos como se ao lerem os jornais estivessem abrindo janelas para a realidade concreta e palpável, como admite o positivismo. O noticiário é visto como o retrato da realidade, e ainda, realizado de forma objetiva, isenta de interpretações.

Os seres humanos estão hoje cada vez mais visuais “justamente pela nossa superexposição às imagens midiáticas que nos cercam. O universo da oralidade cede muito de seu espaço para a visualidade” (KLEIN, 2006, p.99). E no caso da televisão a tendência é que isto ocorra ainda mais intensamente na medida em que as imagens se mostrarem mais compreensíveis do que os textos e mais ligados ao que vemos e acreditamos como verdadeiro do que estes últimos. O homem, cada vez menos capaz de

ouvir do que ver confere às representações mediadas maior credibilidade, como diz Flusser, a respeito das imagens técnicas (aquelas produzidas por aparelhos):

Aparentemente, pois, imagem e mundo se encontram no mesmo nível do real: são unidos por uma cadeia ininterrupta de causa e efeito, de maneira que a imagem parece não ser símbolo e não precisar de deciframento. Quem vê imagem técnica parece ver seu significado, embora indiretamente. (FLUSSER, 2002:14)

No entanto, esta crença de que as imagens representam as coisas do mundo tal qual são e de maneira objetiva é enganosa, ou ilusória, nas palavras de Flusser, “pois na realidade são tão simbólicas quanto o são todas as imagens. Devem ser decifradas por quem deseja captar-lhes o significado” (FLUSSER, 2002: 14). Mas a complexidade destas imagens é tão grande, ainda segundo o autor, que ficamos apenas na superfície de tais representações e por isso não conseguimos decifrá-las, até por desconhecermos o funcionamento do complexo aparelho operador que as geram sendo, portanto, analfabetos em relação a elas.

Assim as imagens apresentadas aos telespectadores passam por diversos profissionais que *recortam* a realidade e a apresentam em diferentes versões: “montamos imagens de acordo com a história que temos na cabeça, juntando-as para se adaptarem ao texto” (KERCKHOVE, 1997: 49). O último filtro dessa operação é invariavelmente um editor. Um profissional que dá a um fato a formatação, que define o tempo das imagens, o que vai representar a realidade e também as informações prioritárias. Para a presente discussão esses profissionais têm ainda uma particular relevância porque estão em contato muito próximo com os aparelhos, os manipulam diretamente e, no entanto, no papel de relatar os fatos são os que, provavelmente, estejam mais distante dos acontecimentos e mais imersos atualmente no mundo codificado que nos é apresentado.

Na mídia uma característica muito particular, segundo Milton Pelegrini⁷ é a fabricação de consensos “como tradutora de realidades para as quais os grupos sociais apenas as assistem e se incluem nelas por força do sentimento de pertença”. Nesta criação, são os editores, em última instância, que escolhem as imagens que serão vistas

⁷ PELEGRINI, 2009. Disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php/ghrebh/article/view/6/3>

pelos telespectadores e que irão figurar como realidade em relação a determinado fato. E eles estão cada vez mais sozinhos nesta tarefa. Com a tecnologia analógica um editor e um operador de VT (vídeo-tape) editavam a matéria. Hoje as funções podem ser feitas pela mesma pessoa em frente ao seu computador (o que já acontece em emissoras de algumas redes). “É a solidão em frente à tela, a perda de todo contato *vivo* com o outro. O que nos paralisa é a visão do isolamento existencial, daquilo que Nietzsche pretendia dizer que ‘todo dia está ficando mais frio’” (FLUSSER, 2008: 86).

Agora, com as novas características da Televisão em alta definição e suas enormes telas ficará ainda mais fácil, assim como no cinema, de fazer o público sentir a realidade mais próxima através das imagens, fazendo com que ele mergulhe no universo apresentado pelos editores, no espetáculo apresentado diante de seus olhos. Telas bem grande e digitalização da totalidade das fases de produção, distribuição e consumo colocaram os editores em desafios inéditos em suas funções. Entre eles, o de se valer ainda mais da virtualidade dos aparelhos, que já vinham sendo usados em matérias mais produzidas que demandavam mais tempo de edição, para recriar cenas e fatos que de certa forma só figuram no virtual, através de suas criações numéricas.

Os aparelhos, não sendo humanos, não se vêem obrigados a querer apalpar, visualizar ou conceber os pontos. Para eles, os pontos são meras virtualidades para o seu funcionamento. O problema ontológico dos pontos não se põe. Os aparelhos funcionam estupidamente, porque funcionam dentro do campo de tais virtualidades. O que para nós, os homens, é tão difícil de imaginar, por exemplo, o campo magnético da qual se removeram as limalhas de ferro, para eles não passa de funcionamento programado. Por exemplo: eles cegamente transformam em fotografia o efeito de fótons sobre as moléculas de nitrato de prata. Foram programados para fazê-lo. Pois é isto a imagem técnica: virtualidades concretizadas e tornadas visíveis. (FLUSSER, 2008:24)

Desta forma, os editores não dependem mais do mundo palpável para registrar imagens: pode criá-las ou modificá-las para atender à audiência e ao espetáculo. Os números formam mundos novos e independentes ainda que não se conheça a dinâmica no interior do aparelho e sim apenas o que se vê na superfície.

Por tudo isso, seja pela idéia da falta de uma verdade única de Vátimo, ou pela influência do aparelho e da interpretação representada pela figura do editor de Flusser, o que acontece é a impossibilidade de ver a realidade nua e crua, em uma tela de televisão.

2.2. A espetacularização na TV

Seguindo a lógica da edição de imagens e da representação do real e, tentando entender a dinâmica da TV contemporânea e as novas tendências de programação que são guiadas pela audiência, dedicou-se uma parte deste trabalho a espetacularização na TV.

Nas últimas décadas, as indústrias culturais possibilitaram a multiplicação dos espetáculos nos novos espaços midiáticos e o espetáculo em si tornou-se um dos princípios organizacionais da economia, da política, da sociedade e da vida cotidiana. “A cultura da mídia promove espetáculos cada vez mais sofisticados para conquistar audiências e aumentar o poder e o lucro da indústria cultural. As formas de entretenimento permeiam notícias e dados, e uma cultura de *infoentretenimento tabloidizada* está cada vez mais popular” (KELLNER, 2006: 119)

O espetáculo na TV tornou-se rotineiro, especialmente quando se trata da televisão. Em muitos casos, o espaço para a reflexão desaparece e as cenas mais sensacionais como gravações ocultas, bate-boca entre parlamentares, acusações bombásticas emitidas em encenações teatrais e assim por diante, e ganham destaque.

Assim, a vida político-social também é moldada pelo espetáculo. Os conflitos sociais e políticos são freqüentemente afastados das telas, que mostram assassinatos surpreendentes, ataques terroristas, escândalos sexuais de celebridades e políticos e a violência explosiva do cotidiano.

A cultura da mídia não aborda apenas grandes momentos da experiência contemporânea, mas também oferece matéria para fantasia e sonho, modelando pensamento e comportamento, assim como construindo identidades. (KELLNER, 2006: 119)

A partir dessa idéia de Kellner, fica clara a ligação entre a espetacularização da cultura e da TV, com os *reality shows*, e os novos programas que surgem na televisão brasileira.

Primeiro aspecto a ser levantado são os rituais como as olimpíadas, a Copa do Mundo, eventos esportivos de entretenimento, como o Oscar e Emmy, “celebram os valores dominantes e validam uma sociedade baseada na competição e na vitória”. (KELLNER, 2006: 119)

Kellner lembra que existem espetáculos desde os tempos Pré-modernos. A Grécia Clássica teve suas Olimpíadas e festivais de teatro e de poesia, suas batalhas retóricas públicas e suas guerras violentas e sangrentas. O Oriente também. Em 2003, a exibição de *Genghis Khan e seu Legado* no Los Angeles County Art Museum mostrou como Guenghis Khan usou o espetáculo do poderio militar para conquistar grandes partes do que agora enxergamos como a região oriental do mundo. Realmente, a própria globalização se expandiu através do espetáculo militar e do império. A história pré-moderna engloba a ascensão e queda do império romano, a expansão dos impérios de Genghis Khan, a disseminação e o triunfo do Cristianismo e do Islamismo, e a ascensão dos Estados-nações modernos e da Europa Ocidental e, por fim, dos Estados Unidos. No início do período moderno, Maquiavel aconselhou seu príncipe sobre o uso produtivo do espetáculo para o controle governamental e social, e os imperadores e reis dos Estados modernos cultivaram-no como parte de seus rituais de governo e poder.

O entretenimento popular tem há muito tempo, suas raízes no espetáculo, assim como a guerra, a religião, os esportes e outros domínios da vida pública foram terrenos férteis para a propagação do espetáculo por séculos. Agora com o desenvolvimento de novas tecnologias de informação e multimídia, os espetáculos vêm moldando decisivamente os contornos e trajetórias das sociedades e culturas atuais.

Neste capítulo, é imprescindível mencionar o conceito de “sociedade do espetáculo”, desenvolvido pelo teórico francês Guy Debord. Para Debord, O espetáculo “unifica e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes” (DEBORD, 1967: 10).

O conceito de “sociedade do espetáculo”, desenvolvido pelo teórico francês Guy Debord e seus companheiros da Internacional Situacionista, teve grande influência em diversas teorias contemporâneas de sociedade e cultura. Para eles, o espetáculo “unifica

e explica uma grande diversidade de fenômenos aparentes” (DEBORD, 1967: 10). O conceito de Debord descreve uma mídia e uma sociedade de consumo organizadas em torno da produção e consumo de imagens, mercadorias e eventos culturais.

Para Debord, o espetáculo constitui um conceito abrangente para descrever a mídia e a sociedade de consumo, incluindo produção, promoção, exibição de mercadorias e seus efeitos. Todo meio, da música à televisão, das notícias à publicidade, tem suas inúmeras formas de espetáculo. As formas de espetáculo evoluem com o tempo e a multiplicidade de avanços tecnológicos.

Muitos espetáculos tornam-se fenômenos e eventos marcantes que definem suas eras. Eles incluem desde espetáculos comerciais, como os do McDonald’s ou Nike, até megaespetáculos políticos que caracterizam um determinado período, como a Guerra do Golfo de 1991, o julgamento de O.J. Simpsom, os escândalos sexuais e a tentativa de Impeachment de Clinton ou a guerra contra o terror atual.

Existem muitos níveis e categorias de espetáculo. Os espetáculos são definidos quantitativamente e qualitativamente, e dominam as manchetes, o jornalismo e a agitação na internet. Como exemplo de eventos-chave, espetáculos de uma era, podemos citar o casamento, morte e funeral da princesa Diana e os ataques terroristas de 11 de setembro e suas conseqüências violentas, incluindo a invasão e ocupação do Iraque.

Os megaespetáculos são aqueles fenômenos que dramatizam controvérsias e embates, assim como os modos de resolução de conflitos. Incluem coberturas exageradas de eventos. A própria produção de notícias também está sujeita à lógica do espetáculo, em uma época de sensacionalismo, tabloidização, escândalos e contestações políticas. (KELLNER, 2006: 122)

Para Kellner, o espetáculo envolve os meios e instrumentos que incorporam os valores básicos da sociedade contemporânea e servem para doutrinar o estilo de vida dos indivíduos.

Assim, à medida que avançamos no novo milênio, a mídia se torna tecnologicamente mais exuberante e está assumindo um papel cada vez maior na vida cotidiana. Sob a influência da cultura multimídia, os espetáculos sedutores fascinam a

sociedade de consumo e a envolve nas semióticas da cultura de entretenimento, da informação e do consumo, influenciando profundamente o pensamento e a ação.

Quando o mundo real transforma-se em simples imagens, estas tornam-se seres reais e motivações eficientes de um comportamento hipnótico. O espetáculo como uma tendência de fazer alguém enxergar o mundo através de diversas mediações especializadas, naturalmente revela a visão como o sentido privilegiado do ser humano, como o tato foi privilegiado em outras épocas”. (DEBORD, 1967: 18).

De acordo com Debord, o sentido mais abstrato, mais sujeito a mistificações, corresponde à abstração generalizada da sociedade atual. Assim, a experiência e a vida cotidiana são moldadas e mediadas pelos espetáculos. Segundo Debord, o espetáculo é um instrumento para a pacificação e a despolitização; é uma “guerra do ópio permanente” (DEBORD, 1967: 44) que choca os sujeitos sociais e os distrai da tarefa mais urgente da vida real – “recuperar a plenitude dos poderes humanos através da prática criativa (KELLNER, 2006: 123). O conceito de Debord está integralmente ligado aos conceitos de alienação e passividade, pois ao consumir submissamente espetáculos, o indivíduo se afasta de uma vida produtiva. Assim, como a sociedade capitalista que separa os trabalhadores dos produtos do seu esforço, e o consumo das necessidades humanas, já que os indivíduos inerentemente observam os espetáculos na vida social da privacidade de suas casas.

Para Debord, a relação imediata do espetáculo é com o espectador, o espectador reativo e consumidor de um sistema social baseado na submissão, no conformismo e no cultivo da diferença social.

O conceito de espetáculo, portanto, envolve uma distinção entre a passividade e a atividade, consumo e produção, condenado o consumo inconsciente do espetáculo como uma alienação do potencial para a criatividade e a imaginação. A sociedade espetacular espalha seus bens principalmente através de mecanismos culturais de lazer e consumo, serviços e entretenimento, governados pelos ditames da publicidade e de uma cultura mercantilizada. (KELLNER, 2006: 123)

Não só no consumo de bens, Debord afirma que o espetáculo vai mais além: “é o momento em que o consumo atingiu a ocupação total da vida social” (DEBORD, 1967: 42). Assim, a exploração é elevada ao nível psicológico; a alienação é generalizada, o consumo alienado torna-se “um dever suplementar à produção alienada” (DEBORD, 1967: 42).

Desde a teoria de Debord nos anos 60, a cultura do espetáculo se expandiu em todos os aspectos. Nos EUA, por exemplo, “a indústria do entretenimento movimenta US\$ 480 bilhões, por ano, e os consumidores gastam mais em divertimento do que em roupas ou planos de saúde (WOLF, 1999: 4). Na cultura atual, o entretenimento e o espetáculo entraram nos domínios da política, da economia e do cotidiano, de novas e importantes maneiras. “As formas contemporâneas de entretenimento, da televisão ao palco, estão incorporando a cultura do espetáculo aos negócios, transformando filmes, televisão, música, teatro, e outros domínios da cultura” (KELLNER, 2006: 128).

A televisão, desde a sua estréia nos anos 1940, tem promovido o espetáculo do consumo, vendendo carros, moda e outras mercadorias acompanhadas de valores e estilos de vida. Seguindo a lógica do entretenimento, a televisão contemporânea exhibe efeitos de alta tecnologia, edições mais espalhafatosas e agitadas, simulações feitas pelo computador.

De 2002 a 2004 ocorreu uma proliferação de *reality shows*, gênero que vem ganhando espaço até hoje. “Os espetáculos estão invadindo todos os campos da experiência, desde a economia e cultura até a vida cotidiana, a política e a guerra” (KELLNER, 2006: 134).

A globalização envolve fluxo de bens, informação, cultura e entretenimento, de pessoas e de capital através de economias, sociedades e culturas cada vez mais interligadas. Hoje, em todo o planeta, vivemos em uma sociedade de infoentretenimento cada vez mais expansiva, uma economia interligada em rede e uma nova cultura da internet.

Os países em desenvolvimento e o mundo globalizado estão entrando numa nova cultura do espetáculo que constitui uma nova configuração da economia, sociedade, política e vida cotidiana. Envolve novas formas culturais, relações sociais e tipos de experiência. Surgem produções cada vez mais interativas e

multimídias que se expandem e intensificam [...]. A teoria social crítica então enfrenta urgentes desafios ao mapear teoricamente e analisar essas formas emergentes de cultura e de sociedade, cabendo-lhe avaliar de que modo elas podem conter novas formas de domínio e opressão, bem como a sua potencialidade para a democratização e a justiça social. (KELLNER, 2006: 145)

E é neste cenário, com o surgimento de uma variedade de programas de entretenimento e que, muitas vezes, misturam vários gêneros, como jornalismo, esporte, cultura etc., que este trabalho de análise das tendências de programação televisiva se baseia.

2.2.1. A espetacularização da notícia

Para Laurino Lalo, professor do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da USP, há duas explicações básicas para que o espetáculo ocorra: o lucro como objetivo único das emissoras comerciais e, em decorrência, a visão da TV como fonte prioritária de entretenimento. Começamos destrinchando a primeira explicação. No Brasil, diferentemente da maioria dos países europeus, a televisão foi concebida desde a sua origem como um empreendimento comercial, voltado para a obtenção de riquezas. Aqui não se pensou na TV como serviço público, com a responsabilidade social de, em primeiro lugar, se dirigir ao cidadão e dar a ele instrumentos para viver melhor na sociedade.

Seguindo o exemplo do rádio, a televisão brasileira surgiu para – antes e acima de tudo – acelerar o processo de acumulação capitalista com a oferta diária de uma alta dose de bens e serviços. Para dar conta dessa missão ela precisava conquistar a audiência a qualquer preço e aí entra a segunda explicação para a situação atual da TV brasileira e da espetacularização da notícia.

Trata-se da aposta no entretenimento tornado centro de todas as programações em detrimento da informação e da educação. Na TV, fonte única de informação para a maioria absoluta da população brasileira, o principal produto é o entretenimento e a sua

prática acaba contaminando todas as demais esferas da programação não deixando escapar nem o jornalismo. Estão aí as raízes da espetacularização das notícias.

O raciocínio é simples: a televisão foi feita para vender e para vender é necessário fazer ofertas ao maior número possível de compradores em potencial. Para tanto é preciso obter grandes audiências que só serão conseguidas com programas espetaculares que surpreendam o telespectador a todo o momento, não permitam que ele reflita sobre o que está vendo, o emocionem em doses equilibradas de alegria e tristeza, não o deixem mudar de canal e, por fim, sem pensar muito, comprem os produtos anunciados.

É assim que funcionam os programas de auditório, os *reality shows*, as novelas, os shows policiaiscos do final de tarde e os anúncios comerciais em suas diferentes versões.

A mesma lógica da novela ou do programa de auditório foi incorporada pelo telejornalismo. A novela termina sempre seus blocos – antes do intervalo comercial – com uma cena que aguça a curiosidade do telespectador. Quer que ele fique firme diante da TV e assista comportado todos os anúncios e assim não perca a seqüência ficcional a ser exibida logo depois. O telejornal faz a mesma coisa anunciando sempre, ao final de cada bloco, as notícias mais espetaculares do bloco seguinte, ou ainda as mais espetaculares que só serão dadas ao final do programa. E o telespectador atizado pela curiosidade espera pelo fim de cada intervalo passivamente.

Até uma linguagem específica foi criada pelos telejornais para dar conta dessa missão. Uma tese de doutorado defendida na Escola de Comunicações e Artes da USP toca nessa ferida. Ivete Cardoso Roldão, a autora, discorreu com competência sobre "A Linguagem Oral no Telejornalismo Brasileiro". Foi aos manuais de redação, entrevistou telejornalistas e mostrou como vai sendo criado um padrão próprio para o falar televisivo no Brasil, distanciando-se gradativamente de sua origem, o modelo norte-americano.

Ao detectar a busca constante de uma linguagem coloquial que aproxime a fala da TV do universo cultural da maior parte possível dos telespectadores, o trabalho revela a contaminação da notícia pelo espetáculo. A autora cita o sociólogo francês Pierre Bourdieu ao lembrar que nossos apresentadores de jornais televisivos, nossos animadores de debates, nossos comentaristas esportivos tornaram-se pequenos diretores

de consciência que se fazem sem ter que forçar muito, os porta-vozes de uma moral tipicamente pequeno-burguesa, que dizem o que se deve pensar sobre o que chamam de “os problemas da sociedade”, as agressões nos subúrbios ou a violência na escola”. Não é isso que faz toda noite o Jornal da Record, de forma explícita, ou mais sutilmente o Jornal Nacional? Para não se falar do Cidade Alerta e dos seus clones.

Ivete Roldão lembra os repórteres e apresentadores “que se destacam na condução de reportagens, muito mais pela presença em cena do que pela qualidade da informação”. Podendo-se acrescentar que ao procederem assim, expõem-se como artistas, encenando um espetáculo em que a notícia é apenas um mote para o *show*. Salvo raras exceções, a intenção é assustar o telespectador, mostrar que o perigo ronda a sua porta e apresentar a solução mais fácil e rápida – ou seja, mais violência. Essa pobreza de raciocínio vale também para a economia, a política e até para o futebol. Expõem-se um problema e logo é dada a solução, com muita veemência e verborragia.

A televisão rouba dessa forma, o direito à reflexão e a transformação do próprio indivíduo e da sociedade.

2.3. Crise do jornalismo?

“Para não perder audiência, ‘Fantástico’ investe em humor e reality show”. Esta matéria publicada no site *Natelinha*, na UOL.com, em 23 de outubro de 2009, mostra algumas mudanças estruturais na grade do programa. De acordo com o site, de alguns anos para cá, o dominical “Fantástico” vem apresentando queda em seus índices. Em 2009, desde abril até o último domingo (18) a atração tem média geral de 25 pontos, pouco para quem rompia facilmente a barreira dos 30 pontos há alguns anos. Para tentar reverter a tendência de queda, a Rede Globo investe em novos quadros para a atração, no entanto, nenhum com foco jornalístico. Num intervalo de sete edições, o “Fantástico” estreou cinco quadros, sendo dois humorísticos (“Exagerados” e “Cassetástico”, que estréia neste domingo) e três *reality shows* (“Menina Fantástica”, “Cinco Meninas e um Vestido” e “Reunião de Condomínio”). Será esse um dos sinais de uma crise no jornalismo? Ou mais investimento na espetacularização da TV?

Coincidência ou não, o francês Dominique Wolton, grande pesquisador da comunicação, descreve as crises do jornalismo, no livro *Pensar a comunicação*.

Dominique que é diretor do laboratório de Comunicação e Política do Centro Nacional de Pesquisa Científica (CNRS) da França explica esta “crise” do jornalismo. Segundo ele, são três crises, que não tem as mesmas causas, mas reforçam-se para desestabilizar a identidade de uma profissão recente e frágil.

Os primeiros problemas seriam econômicos. “As leis do capitalismo – que sempre foram onipresentes no setor da imprensa, pois não se deve idealizar o passado – têm hoje efeitos implacáveis, com o desenvolvimento do setor” (WOLTON, 2004: 303). Os grupos de comunicação controlam rádio, televisão e indústrias de programas. Os grupos multimídia, combinam novas tecnologias com ofertas de programas e serviços que “desestabilizam toda a tradição da informação e da comunicação” (WOLTON, 2004:303). Assim, os jornalistas não se sentem à vontade diante deste espaço cada vez maior da lógica econômica, uma vez que não dispõe das palavras nem das referências para lutar neste campo.

Na luta econômica impiedosa que envolve todo o setor da comunicação, os jornalistas, apesar dos sorrisos e dos belos discursos, são muitas vezes ‘bucha de informação’. Os grupos e os capitães da indústria sabem que a condição de botar bastante dinheiro na negociação, nas estrelas da profissão, como os craques do futebol, passará de um grupo de comunicação a outro. (WOLTON, 2004: 303)

A segunda crise seria causada por problemas técnicos. Hoje, tudo se transmite muito rápido. Não há mais distância entre o acontecimento e a informação e para Wolton, o sonho do ao vivo já se tornou realidade e está virando pesadelo. Ainda mais porque o problema da concorrência leva ainda mais a encurtar o intervalo entre o acontecimento e a informação. Os jornalistas são pegos de surpresa, porque é no momento em que a realidade se aproxima de seu ideal que eles vêem os limites. Não é necessariamente com o nariz colado no acontecimento que se produz a melhor informação. Cruel tomada de consciência.

Quanto mais fácil é, tecnicamente, fazer informação, mais difíceis são a seleção e a construção da informação e, por outro lado, a recepção desta última. A mudança técnica acentuada pelas dificuldades econômicas, rompeu a cadeia que, no passado, era relativamente contínua entre o fato e acontecimento, a técnica e o jornalista, a informação e o público. Paradoxalmente, foi o progresso técnico que rompeu essa cadeia, enquanto durante um século e meio procurou-se, com este mesmo progresso técnico, reduzir o comprimento dessa cadeia de informação. (WOLTON, 2004:303)

De uma forma ou se outra, a idéia de que qualquer pessoa hoje em dia pode tornar-se num jornalista, graças às novas tecnologias da comunicação é criticada por muito críticos da comunicação. Os argumentos são baseados na idéia de que o jornalismo exige uma qualificação específica que o cidadão comum, por maior empenho que coloque no seu blog, não tem. Não é por uma pessoa saber cozinhar uma refeição, por melhor que seja, que se torna num cozinheiro, ou por pintar uma parede que se torna um pintor, ou por substituir uma lâmpada ou reparar um interruptor que se torna um eletricitista. A qualificação específica para se ser jornalista é o domínio de determinadas técnicas de aquisição e averiguação de notícias, de saber contextualizar a informação obtida, e a obediência a determinados princípios éticos para se orientar no terreno conflituoso do espaço midiático, onde concorrem múltiplos interesses.

E, por último, problemas políticos. Neste caso, as dificuldades resultam de uma melhora: a conquista da liberdade política da informação. Hoje, todo cidadão agora normal ser informado publicamente, livremente e contraditoriamente a respeito da maioria dos problemas sociais. A informação é onipresente. Mas é preciso evitar que se abuse dessa situação. Isso significa duas coisas: por um lado, avaliar o impacto do bombardeamento informacional, visível com a multiplicação dos canais temáticos de informação na rádio, na televisão e nas novas mídias. Por outro lado apreciar a crença segundo a qual hoje a parte essencial da realidade é perceptível graças à informação.

Ou seja, como admitir que a informação, por mais onipresente que seja, nunca será suficiente para dar conta da parte essencial da realidade? E que existem aspectos inteiros da realidade, não explorados, no plano da informação, que não deixam, por isso, de ser importantes? (WOLTON, 2004: 305)

Em todo o caso, o resultado dessas três crises, é uma desestabilização profunda do mundo dos jornalistas e uma conseqüente mudança do modo de fazer jornalismo.

3. Definições, mudanças e tendências na TV

Perguntado sobre a classificação o seu programa entre a linha do documentário ou do reality show, o diretor do *Profissão Repórter* da TV globo, Marcel Souto Maior, respondeu:

É uma mistura dos dois. Queremos apresentar belas reportagens com histórias marcantes e narrativas surpreendentes - e, ao mesmo tempo, revelar ao público os desafios enfrentados pelos jovens repórteres durante o processo de construção de cada matéria: dúvidas, erros, dilemas éticos, obstáculos que surgem no meio do caminho. No programa sobre "Feiras", por exemplo, a mãe de uma das repórteres levou um susto ao perceber, no ar, o quanto sua filha sofreu para conseguir encontrar um bom "personagem" nas feiras de São Paulo. "Não imaginei que fosse tão difícil", ela disse. Isso pra mim é fundamental: mostrar ao público o quanto fazer bom jornalismo dá trabalho.⁸

Neste capítulo, para tentar entender as mudanças no jornalismo e da TV vamos abordar as tendências da TV através da análise de alguns tipos de programas, que possuem pelo menos uma coisa em comum: o interesse em retratar a realidade. A partir daí, vamos discutir o papel de cada um destes gêneros não só na representação da realidade, mas também na formação da opinião dos receptores e as características específicas de cada um.

Doutor em comunicação pela Universidade de São Paulo, Roberto Elísio dos Santos, no artigo *O show dos reality shows* publicado na revista INTERCOM, fala do grande poder que a TV tem sobre o telespectador e lembra o que o escritor inglês George Orwell imaginou, no romance intitulado *1984*:

Uma sociedade autoritária em que os meios de comunicação de massa, onipresentes na vida cotidiana, zelam pela manutenção do *status quo* com mensagens narcotizantes e distorcidas, ao mesmo tempo em que vigiam continuamente os receptores. (INTERCOM, 2007: 209).

⁸ SOUTO MAIOR, 2009.

Antecipação apocalíptica de um contexto marcado pelo poder (de persuasão, de disseminação entre receptores e de difusão de elementos simbólicos) da mídia, a obra de Orwell pode ajudar a refletir, quase seis décadas depois de sua publicação, o papel da televisão e do caráter de sua programação na contemporaneidade.

A TV, como uma janela aberta para o mundo, leva representações imagéticas e sonoras para o lar do receptor, que se comporta – não de forma passiva – como observador curioso da realidade e de suas reformulações, mesmo das narrativas ficcionais e de outras formas de entretenimento. Esta atitude *voyeurista* tem se exacerbado com o surgimento de novos formatos de produtos televisivos e a utilização de novas tecnologias, tanto na produção, quanto na difusão de programas.

Semelhante ao que aconteceu com a TV, cada nova tecnologia surge sob os auspícios do medo da novidade e da competição. Da comunicação escrita à digital, os diferentes meios compartilham essas características. Assim,

Enquanto a escrita marcou o passo de uma cultura oral para uma cultura literária, a linguagem audiovisual reintroduziria mais tarde uma ‘segunda oralidade’ por seu caráter massivo, sua forma narrativa e pela possibilidade de apropriação do saber através do som e/ou imagem. (CASTRO, 2006: 210)

E a partir de novos formatos e programas, a TV segue se modificando seguindo tendências com o objetivo de garantir sempre mais audiência. Alguns formatos misturam outros formatos reconhecidos pelo público, a exemplo de telenovelas, talkshow, programas de concursos, documentários e de jornalismo e a utilização de produtos televisivos que já conseguiram a atenção da audiência é um dos fatores que explica o sucesso de muitos programas. E é justamente essa mistura de gêneros que traz a sensação de algo novo, pela mescla de vários formatos já conhecidos e aprovados pela população.

3.1. Telejornalismo

Neste subcapítulo, não será necessário ficar preso à definição profunda de telejornalismo, já que todos sabem o que é o telejornal, basicamente. Por isso, vamos abordar um pouco de edição e algumas comparações com os outros tipos de programas.

Telejornais são programas que duram entre segundos e horas e divulgam notícias dos mais variados tipos, utilizando imagens, sons e — geralmente — narração por um apresentador (chamado de âncora). Por ser jornalístico, o telejornal apresenta temas comuns aos jornais impressos, aos programas jornalísticos de rádio, aos sites da internet voltados para notícias e, em parte, as revistas semanais de informação.

Por ser um programa de televisão, procura apresentar esses temas com a linguagem apropriada ao veículo: comum texto claro, para ser compreendido ao ser ouvido uma única vez, ilustrado por imagens que despertem o interesse do público por eles — mesmo que não sejam temas de apelo popular imediato.
(BONNER, 2009: 13)

Como todos os veículos jornalísticos, o telejornal busca aquilo que os profissionais da área chamam de “furo”: uma informação de grande importância que nenhum outro jornal, site ou programa tenha tornado público antes. “O furo alimenta a alma dos jornalistas” (BONNER, 2009: 13)

Além do furo, o telejornalismo, busca ser objetivo e claro para todos os tipos de telespectadores, brancos, negros, analfabetos, doutores, ricos, pobre, qualquer um que estiver na frente de uma TV. Para o diretor geral de jornalismo e esporte do Jornal Nacional, da TV Globo, Carlos Schroder, “quando você torna aquilo mais claro, mais dinâmico e inteligível para o telespectador, você atingiu o seu objetivo. Não é só levar a informação — mas fazer com que ele entenda. Esta é a nossa contribuição. (BONNER, 2009: 23)

Os princípios clássicos do telejornalismo baseiam-se na idéia de “esclarecer os cidadãos, relacionada a critérios de objetividade que dizem respeito ao suposto poder de ‘verdade’ contido nos próprios fatos [...]” (MORETZOHN, 2002: 55). Embora muito criticada, essa idéia sobrevive até hoje.

Essa noção de verdade permitiu a formulação de alguns princípios fundamentais da atividade da imprensa e, assim do telejornalismo. Segundo Silvia Moretzohn são eles: a teoria da responsabilidade social, baseada na idéia de que o público tem “o direito de saber”, remetendo à classificação idealista de “quarto poder” – portanto, acima das contradições da sociedade, sem interesses a defender, capaz de falar em nome de todos -, e as noções de imparcialidade e objetividade daí decorrentes.

Alguns dos aspectos mais relevantes do telejornalismo devem ser levados em conta ao analisar esta forma de comunicação: a função dos editores, a partir da decisão do que vai ser incorporado ao telejornal e, conseqüentemente, do que o público vai assistir, e quem forma este público; o momento do seu fechamento; o tempo como elemento definidor das notícias que compõem o jornal televisivo; as rotinas que definem previamente os procedimentos adotados pelos editores; a audiência, elemento “presumível” na produção das notícias (grande parte baseada nos responsáveis pela produção); a preocupação quase que didática, dos profissionais em tornar o texto acessível ao telespectador.

As pessoas que redigem os textos dos apresentadores e que orientam os repórteres sobre os rumos da montagem da reportagem jornalística, são os editores de texto de telejornalismo. Profissionais que tem a missão de fazer com que a notícia seja contada aos telespectadores de maneira mais clara e interessante. [...] Os melhores profissionais de edição de texto realizam um trabalho semelhante ao de um roteirista de cinema e de TV. Com a diferença gritante e fundamental: a matéria prima deles é a realidade, a obsessão deles é a fidelidade aos fatos.
(BONNER, 2009: 53)

Porém, a atividade jornalística não pode ser reduzida apenas a uma técnica. É o que defende o professor Alfredo Eurico Vizeu Pereira Jr., da Universidade Federal de Pernambuco, ao argumentar que na elaboração de um noticiário, os jornalistas utilizam-se de “procedimentos de seleção e combinação, mediante unidades que, articuladas, vão se transformar em mensagens, ou, de um modo mais abrangente, em discursos sociais” (PEREIRA Jr., 2000: 57).

Já para o pesquisador italiano Giorgio Grossi, é correto falar de informação como construção da realidade social, definida no campo da comunicação, como a

“produção de sentido através da ação e das práticas produtivas e das rotinas que organizam a profissão jornalística” (GROSSI apud SAPERAS, 2000: 141). Para este pesquisador, a atividade desempenhada pelos jornalistas é entendida como a origem do processo da construção da realidade, já que parte do público identificará a informação, em seu resultado final, como a própria realidade social.

Já o professor Belarmino César da Costa, da Universidade Metodista de Piracicaba, defende que a imprensa televisiva, em seu processo de apuração, seleção e exibição de notícias, legitima o universo de preocupação de apenas *parte* da sociedade e o torna como sendo comum a *toda* a sociedade. Assim, a imprensa direciona o interesse social e define a versão histórica da realidade, constituindo-se, o jornalismo em uma atividade essencialmente ideológica.

De acordo com o professor, ao fornecer ao público “sistemas estruturados de conhecimentos”, isto é, uma ordem hierarquizada de temas, os meios de comunicação muitas vezes acabam abrindo mão daquilo que seria relevante do ponto de vista macro-social, em benefício do interesse imediato de um fato extraordinário. Ou seja: “a tematização de assuntos, concentra a atenção do público para determinados fatos e isto influi na apreensão de sua realidade”. (DA COSTA, 1994: 135)

No telejornalismo, uma das premissas é a objetividade e o jornalismo norte americano consolidou a sua expectativa. Ainda no Século XIX, nos Estados Unidos, surgiu a teoria do espelho que tentava explicar de que maneira o jornalismo reflete a realidade, tendo a imprensa como um espelho do cotidiano, dos acontecimentos e o jornalista como um mediador da realidade. É com tais premissas que o jornalismo apresenta para a sociedade seus telejornais, que no começo mais se pareciam com radiojornais e exibiam poucas imagens dos fatos que relatavam. As primeiras imagens eram registradas em película, como as do cinema. Mas os equipamentos foram se sofisticando e se incorporaram à rotina dos telejornais de modo que as imagens ficaram cada vez mais presentes no noticiário e menos borradas nas telas. A “realidade” foi se fazendo mais presente para os telespectadores que pouco ou nada percebiam do que estava por trás das versões apresentadas nas telas. A possibilidade de ver cenas externas acontecendo em tempo real nas transmissões ao vivo foi outro motivador que agregou e continua agregando a sensação de “realidade”, de estar diante do fato sem

interferências. E a figura do editor, representa uma função importante na hora de retratar um acontecimento.

Assim, as redações dos telejornais são as fábricas onde os jornalistas criam os mundos: as notícias. Os editores dão o acabamento final a estes produtos utilizando-se mais e mais da tecnologia para representar uma dimensão de fatos. A representação vista pelo público, no entanto, é encarada como verdade absoluta tal qual a crença positivista. E atualmente, como o avanço da tecnologia, é cada vez mais comum nas redações dos telejornais, o editor trabalhar isoladamente. “Umas das consequências desta mudança é a perda do diálogo, da relação, da discussão antes tão presente nas redações que vão ficando mais silenciosas à medida que cada jornalista está ligado somente à sua máquina, ao universo de sua notícia”.⁹

Ao fazer a edição de imagens, o jornalista que ocupa a função de editor, pode fazer com as imagens milhares de coisas diferentes, alterando as características sensíveis da representação. Pode mudar as cores, as tonalidades, pode acelerar ou adiantar e com os computadores é capaz de executar operações infinitamente mais complexas. O que ele não percebe é que este domínio vai apenas até onde a máquina permite, como aponta Flusser. Quanto a representar a realidade, o editor sempre esteve do outro lado do jogo. Enquanto o repórter está em contato com o fato em si, quem edita é obrigado a confiar nas percepções de seus colegas acerca do real e ainda no que vêem seus olhos, baseados em imagens registradas pelas equipes.

É evidente que estas realidades construídas ou manipuladas, conforme alerta Flusser serão condicionadas pela capacidade do aparelho e são limitadas. Quanto mais forem criadas, menores as possibilidades de novas criações o que ainda condiciona o olhar e a criação. Os jornalistas se colocam em uma posição delicada onde é perigoso desmascarar as imagens, já que elas dissimulam que não há nada por detrás delas. E sem ver o que elas escondem podem, por outro lado, deixar de cumprir o papel a que se propõe que é o de relatar fatos com base na realidade. Podem, portanto, se restringir à superfície das imagens e à superficialidade delas cedendo a não mais viver, conhecer e valorizar o mundo a não ser com base em superfícies imaginadas por aparelhos e nunca percebidas como tais. Isto porque o editor ou programador não acredita que o aparelho

⁹ BONI. Disponível em: <http://www.intercom.org.br/papers/nacionais/2009/resumos/R4-3831-1.pdf>

condicionou sua ação, se quer cogita isso, e segue fazendo seu trabalho acreditando ter inteiro domínio sobre ele.

O telejornalismo é assim, um forte formador de opinião e até educador da sociedade, à medida que representa a realidade e consegue impor a legitimidade de suas imagens e da sua escolha de fatos noticiosos.

Mas é indiscutível que o jornalismo, entendido como profissão, está também em mudança. Os jornalistas são forçados a adaptar-se, não apenas às novas tecnologias, nomeadamente adquirindo competências informáticas, mas também no modo de recolha de informação, de verificação e confirmação, e no modo de apresentação e difusão.

Para ainda definir alguns aspectos telejornalismo na atualidade e revelar alguns aspectos específicos desta forma de fazer jornalismo, é importante levar em conta as mudanças tecnológicas e, mais ainda, o aumento da competição entre as emissoras brasileiras, que vêm investindo no jornal televisivo. Para Marcel Souto Maior, diretor do *Profissão Repórter*:

No telejornalismo contemporâneo, a competição é imensa, o público tem cada vez mais fontes de informação e o telejornalismo precisa ser rápido, certo, claro e atraente para o maior número possível de telespectadores. Uma tendência atual é a de o telejornalismo ficar cada vez mais leve, mais descontraído, livre de amarras formais. Ele deve ficar mais perto, "olho no olho", do público e deve procurar ser mais surpreendente também. Porque o "prazo de validade" da notícia mudou radicalmente. Para o público "conectado", por exemplo, a notícia de 1 hora atrás já está caduca. Precisamos ir além, revelar muito mais do que o lead.¹⁰

A edição dos telejornais também possui muitas diferenças, quando comparada a dos outros tipos de programas, como documentários e reality shows. É o que lembra Rogério Imbuzeiro, editor do RJTV, da rede Globo.

Trabalhei com programas, para a TV Cultura e para o GNT. A diferença mais evidente, a meu ver, diz respeito ao tempo que temos para editar cada produto. No dia-a-dia do telejornalismo, tudo é para ontem, entramos numa montanha-russa no início do expediente e muitas vezes não podemos perder sequer 5 minutos,

¹⁰ SOUTO MAIOR, 2009.

sob risco de ter o trabalho comprometido. Contudo, o procedimento é relativamente semelhante, na edição para telejornais e programas: tomar ciência do fato, ter bem clara qual a história a contar, decupar todo o material que temos, organizar o plano de voo ("roteirizar" o VT) de preferência junto com o repórter.

¹¹

Rogério lembra que para editar programas a forma é parecida, só que em vez de uma reportagem de 2 ou 3 minutos temos um programa de 20 ou 30 e um volume de material para decupar muito maior.

Para editar programas, de um modo geral, temos mais tempo para discutir o projeto, editar e reeditar, caprichar mais. Assim como costuma acontecer quando editamos alguma Série de Reportagens (Especiais) para determinado telejornal. E de um modo geral é mais gratificante o resultado das séries, em termos de aprofundamento dos assuntos, tratamento mais refinado da edição, menos correria.¹²

E assim, talvez por ironia, mesmo com um menor tempo para editar e contextualizar um assunto, o telejornalismo, além de todas as premissas das outras formas de jornalismo, como objetividade e compromisso com a verdade, possui as suas particularidades e é, na atualidade, a principal fonte de informação consumida pela maioria dos telespectadores como “verdade”, através de seu texto, misturado a imagens fortes e marcantes.

3.2. Jornalismo cidadão

O livro de Dan Gillmor, *We the Media*, ao reclamar um jornalismo de base, pelo povo e para o povo, acaba também por atribuir um novo papel aos jornalistas. A estrutura tradicional da informação jornalística com os habituais elementos bem definidos de fontes, mediadores e receptores, esbarram-se face às novas realidades provocadas pelas inovações tecnológicas, transformações sociais e diferentes atitudes culturais e políticas. Os processos informativos lineares do jornalismo enquanto discurso unilateral, de produtores de notícias para consumidores de notícias, dos

¹¹ IMBUZEIRO, 2009.

¹² IMBUZEIRO, 2009.

jornalistas para os leitores, ouvintes, espectadores, estão a ser substituídos por processos multilaterais, onde a informação evolui para uma espécie de “conversa” ou “seminário” onde todos fazem ouvir a sua voz. Assim, a diluição das linhas de fronteira entre quem faz ou dá as notícias e quem as recebe ou consome obriga a uma alteração dos respectivos papéis. Do lema central do livro, de que há um jornalista em cada cidadão, decorre o corolário de uma inevitável redefinição de jornalista enquanto profissional.

Na defesa de um jornalismo de base, de cidadãos para cidadãos, Gillmor afirma por diversas vezes ao longo do livro que os seus leitores sabem mais do que ele e que isso altera radicalmente a forma como se faz jornalismo. Com efeito, daqui infere que sobre qualquer assunto há sempre algum leitor que, de uma maneira ou de outra, sabe mais que o jornalista que dá a notícia ou que pelo menos pode contribuir com informação adicional relevante para o assunto. Se a prática do jornalismo empresarial é a de ignorar os possíveis contributos dos seus leitores, de manter uma clara divisão de tarefas, onde os jornalistas informam e os leitores são informados, o jornalismo cidadão deve reconhecer que os leitores têm desde logo uma palavra decisiva a dizer sobre o que lhes interessa, isto é sobre a seleção e o modo fazer notícias, e que, numa fase seguinte, devem ser incluídos como participantes de pleno direito no processo noticioso. Os jornalistas têm de abandonar a posição arrogante de que são eles os que sabem, os que têm a competência para decidir o que é e não é notícia, e de, numa atitude mais colaborativa e humilde, aproveitar as múltiplas contribuições que chegam dos leitores.

Mas é indiscutível que, com o advento de tecnologias como câmeras digitais e celulares que fotografam, filmam e gravam voz, além de programas de computador que permitem editar, a interatividade e a participação de pessoas que antes só tinham contato como consumidores passaram por uma grande mudança. Os indivíduos começaram a perceber o que poderiam fazer, idealizaram que poderiam participar ativamente da construção notícias e assim, sendo um pouco jornalistas, denunciando, mostrando o que vêem e aonde normalmente ninguém mais chega. Os meios de comunicação, com isso, perceberam o potencial de todas estas ferramentas nas mãos de seus espectadores: era a forma de mostrar eventos aos quais seus repórteres não chegariam, ou até mesmo, teriam pouco interesse.

Criou-se assim, o jornalismo participativo, também conhecido como cidadão, cívico ou colaborativo. Aquele que era somente leitor e telespectador se transforma em

repórter: fotografa, filma, escreve. E se o material for considerado bom, entrará na mídia com o devido crédito.

Diferente do jornalismo cidadão ou participativo na *WEB*, que os cidadãos têm plena liberdade de criação e divulgação de suas “notícias” em suas páginas, como blogs e *flogs*, a participação de cidadãos na produção telejornalística, no entanto, possui algumas peculiaridades. A produção e veiculação não estão totalmente nas mãos do receptor. O que ele detém é a informação, a matéria prima de uma possível reportagem, o registro de um fato relevante ou não para a sociedade. As escolhas, o julgamento dessa informação a partir de critérios jornalísticos segue nas mãos dos profissionais, ao contrário da web em que o cidadão pode, ele mesmo, definir o que tornará público. Logo, são níveis de participações distintas. Neste contexto, as denominações de “cidadão-repórter” ou “cidadão-jornalista” comuns na web, talvez já não caibam para o que se pratica no jornalismo de TV. Por outro lado, surgem novas categorias como o *vídeo-pauta*, criado pelo telejornal carioca RJTV, edição local da Rede Globo, para os cidadãos interessados em enviar materiais audiovisuais para o *VC no RJTV*, sessão criada em abril de 2008 com o intuito de abrir espaço para os flagrantes do dia-a-dia feitos por cidadãos comuns.

Em âmbito geral, percebemos que a produção das notícias, cada vez mais, se vale de informações captadas por cidadãos comuns que estão onde o repórter não está, ou não chegará a tempo de registrar um dado fato potencialmente noticioso. Prova disso é que o jornalismo participativo já foi determinante em coberturas realizadas de fatos de grande repercussão, como o ataque às torres gêmeas, em 11 de setembro de 2001 e o tsunami no sudeste asiático, em dezembro de 2004. Outro exemplo bastante ilustrativo são as notícias veiculadas pela BBC, maior empresa pública de televisão do mundo, sobre os atentados a bomba no metrô e em um ônibus em Londres, em julho de 2005. A cobertura realizada pela emissora valeu-se, exclusivamente, de informações de pessoas que presenciaram o atentado.

Logo, vemos que essa modalidade possibilita aos telejornais uma maior cobertura de pautas que, por motivos internos à rotina de produção, não poderiam transformar-se em notícia. Rotina limitada pelo número de operadores de câmera, ou opções de deslocamento até o fato. Ou seja, recursos técnicos e humanos que por ventura poderiam “derrubar” a pauta podem ser remediados quando o material

informativo, ao invés de ser colhido pelos profissionais, é levado até eles pelas lentes de quem vivenciou ou presenciou o acontecimento. Neste contexto, surgem indagações referentes à avaliação do material enviado, rotinas de produção, os critérios de seleção e noticiabilidade, a relação entre a empresa e o autor do material, até a questão dos limites entre o público e o privado diante de um cotidiano em que há “repórteres” por todos os lados.

Além disso, no campo teórico, tal fenômeno só vem a corroborar com um novo olhar sob o receptor, que definitivamente abandona o estigma de passividade diante dos meios. A produção e recepção já não se encontram em pólos opostos, como os modelos clássicos do processo comunicativo.

Mas mesmo assim, não podemos pensar que houve uma democracia narrativa à mídia. A maioria dos meios de comunicação de massa jornalísticos, principalmente a TV, ainda possui uma equipe responsável por criar e manter o veículo e adequar todo o conteúdo ao seu formato. E nesta fase de produção para fazer um “julgamento”, que entra o real jornalista. Ele funciona como editor e mediador, avaliando a importância de determinada informação, filtrando e descartando a desnecessária, sempre pensando no que interessa a todo o público, se colocando entre o “repórter cidadão” e o veículo. Afinal, em uma concepção geral, uma pessoa comum e sem ligação com aquele veículo não saberia reconhecer se o material é realmente interessante e adequado para ser exibido ali. E o jornalista faz esse papel.

3.3. Documentário

A máxima de um bom documentário é seu compromisso com a verdade. Um documentário tem de ser, acima de tudo, imparcial; deve tentar informar sobre um acontecimento baseando-se apenas nos fatos. O documentário, tal como os materiais para os programas informativos, tem a finalidade de reproduzir um fato tal como é, evitando interpretações subjetivas e pontos de vista puramente pessoais, embora também exista a possibilidade de escrever um documentário de um ponto de vista pessoal, indicando que assim foi feito. (MELO, 2001: 341)

Por anos o cinema documentário tem sido considerado como cinema verdade. O discurso sério sem conotação para o humor, a predominância da “voz off”, a credibilidade e a veracidade dos depoimentos sempre imprimiram aos documentários a marca da realidade. Porém, as teorias mais recentes têm questionado esse caráter extremamente real do documentário, discutindo, inclusive, a veracidade dos testemunhos dos atores sociais aí presentes. Além disso, percebe-se que os diretores do cinema documentário têm empregado, com frequência, práticas e convenções tradicionalmente associadas ao cinema de ficção, a exemplo da roteirização e da encenação dos testemunhos e das situações apresentadas.

Mas, de qualquer forma, teoricamente, utiliza-se o documentário como instrumento de investigação ou de trabalho de campo, já que só depois de se terem reunido todos os dados é que começa a ser montado o roteiro.

Este, no entanto, é unicamente orientativo, um ponto de referência para o trabalho de filmagem, visto que a realidade muitas vezes interfere e introduz novos elementos não previstos. O texto para o documentário também deve estar perfeitamente ligado à imagem; ser claro, emocionante e informativo. “O documentário que se preza não pretenderá convencer o espectador, mas fazê-lo refletir sobre aquele tema”. (MELO, 2001: 345).

Se o documentário brasileiro ainda procura seu público, programas apostam na janela da televisão e evidenciam outra dimensão: a presença na atualidade, de iniciativas que investem na democratização do acesso à realização de conteúdos audiovisuais, às vezes visando a novas modalidades de formação e inclusão. Programas do Ministério da Cultura como o Revelando os Brasis (dirigido a realizadores de municípios com até 20 mil habitantes) apontam outros papéis para o documentário hoje: “lugar da produção de imagens ‘menores’, da realização de auto-representações, da afirmação da diversidade de experiências, identidades e linguagens”. (LINS & MESQUITA, 2008:14)

Consuelo Lins e Cláudia Mesquita no livro *Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo* traçam algumas diferenças entre o documentário moderno e o documentário contemporâneo. E, a meu ver, essas diferenças, aproximam o documentário do jornalismo cidadão, o qual será dado a definição no decorrer do trabalho.

De acordo com Consuelo, a recusa do que é “representativo” e o privilégio de afirmação de sujeitos singulares são dois traços marcantes de diferenciação entre o documentário contemporâneo brasileiro e o chamado documentário moderno, em particular aquele produzido no decorrer dos anos 60.

Na década de 70, é possível citar a experiência dos documentários realizados no programa de televisão *Globo Repórter*, que permitiram testar outras formas de abordar a realidade. Driblando tanto a censura da ditadura quanto a direção de jornalismo da TV Globo, a equipe formada por jornalistas e cineastas conseguem realizar em alguns filmes um trabalho autoral de filmagem e montagem, distante da estética-padrão do programa que já começava a se consolidar e contava com um apresentador e narrador oficial. Câmera na mão em muitas cenas, longos planos seqüência, ausência de narrador over, personagens fugindo das tipificações, mistura de ficção com documentário, são elementos que singularizam essa produção, abrindo perspectivas interessantes para o documentário da época.

Ainda que nem sempre chegue à tela grande do cinema, há na atualidade uma série de experimentos que têm como objetivo permitir e estimular a elaboração de representações de si pelos próprios sujeitos da experiência, aqueles que eram os objetos clássicos dos documentários convencionais.

“O cinema não vem apenas registrar a vida reclusa, seus dramas e ameaças, mas também se somar ao que ajuda a inventar o cotidiano, estabelecer uma rotina de práticas variadas” (LINS & MESQUITA, 2008: 16). E essas práticas estão relacionadas a um fruto de turbilhão de sensações, sentimentos e predisposições que envolve a todos; expressa um amontoado de expectativas e não uma suposta autenticidade ou pureza do olhar do outro. Esta tendência do cinema documentário pode ser vista como continuidade em relação a projetos que surgiram na esteira do vídeo popular e da democratização das câmeras de vídeo no decorrer dos anos 80 e 90 no Brasil. O projeto de elaborar “de dentro” as identidades dos grupos sociais retratados, em oposição ao estigma, de dar-lhes visibilidade de uma perspectiva que se propõe “interna”, está presente em muitas iniciativas ligadas aos movimentos populares. A intensificação de meios audiovisuais provocou debates sobre identidade social e étnica de grupos minoritários, a ponto de os próprios “sujeitos da experiência”, o “outro”, das produções

documentais, engendrarem processos de constituição de auto-representações, geralmente em parceria com associações e organizações não-governamentais.

O livro *Filmar o Real: sobre o documentário contemporâneo*, também faz um paralelo da relação do documentário com a mídia, mostrando alguns confrontos e diálogos. Desde o início dos anos 90, é possível identificar sinais de uma questão que se tornou essencial para o documentário a partir do final da década: sua relação obrigatória, incontornável, com a mídia, sobretudo com as imagens produzidas nos programas de televisão, particularmente no telejornalismo. “Uma relação contraditória, perturbadora, cheia de tensões e nuances, e presente em várias etapas, da realização à recepção dos filmes” (LINS & MESQUITA, 2008: 45)

Entre os anos 60 e 90, o documentário saiu definitivamente de uma cultura cinematográfica, utópica e modernista para uma cultura de massa televisiva. Uma cultura audiovisual que nos forma e constitui, fornecendo visões de mundo, modelos de ação, normas de conduta, formas de expressão, vocabulários, atitudes e posturas corporais. Não se trata, porém, de uma “formação” que necessariamente domina e aliena, mas de um processo heterogêneo, paradoxal, incompleto, em que a negociação é permanente.

Ao mesmo tempo, com a deterioração das formas de representação política e de reconhecimento social tradicionais, a imagem televisiva se tornou um dos meios mais potentes de legitimação, onde basta aparecer para existir. Estes dois aspectos centrais da cultura midiática contemporânea – instrumento de formação e de reconhecimento – produzem situações insólitas, como se vê em muitos documentários recentes.

Em muitos casos, o documentário se distancia do telejornalismo e se aproxima de outros tipo de programas, como os *reality shows*. No filme *Edifício Máster* (2002), o diretor Eduardo Coutinho se depara com um novo tipo de efeito da mídia no campo social. Trata-se de um filme realizado com os moradores de um prédio de conjugados de Copacabana. *Edifício Máster* marca uma mudança de horizonte social na produção do cineasta, reunindo personagens pertencentes às camadas médias da população, universo pouco explorado pelo documentário brasileiro em geral.

Com os moradores do Máster, as dificuldades surgiram particularmente do embate com os chamados *reality shows* e os programas de sensacionalismo e de variedades, cuja lógica dominante é a exposição da intimidade. As existências banais

que se acumulavam no Máster, desprezadas pelo telejornalismo, encontraram alguma possibilidade de reconhecimento nestes outros programas.

Houve momentos nos quais foi preciso defender o entrevistado dele mesmo, em que a lógica do pior se impôs, e o que se ouviu foi a pior história, a maior desgraça, a grande humilhação. Porque o desejo dos moradores, em muitos casos, é o de escapar do isolamento, ganhar visibilidade a qualquer preço. O confronto com esse tipo de exibicionismo, indissociável do voyeurismo do espectador é incontornável e transformou-se em imperativo para o documentário. “Desprogramar” o que estava previsto, produzir furos nos roteiros preestabelecidos, se ocupar do que ficou de fora dos espetáculos telerrealidade. (LINS & MESQUITA, 2008: 49)

Em termos de abordagem, é possível identificar no documentário uma tendência à particularização do enfoque: ao invés de almejam grandes sínteses ou interpretações de situações sociais mais amplas, os documentários buscam seus temas através do recorte mínimo, abordando experiências e expressões estritamente individuais. As composições são variadas, mas há, de todo modo, uma valorização da subjetividade do homem comum. Diferente do telejornalismo, muitos filmes se relacionam com experiências socialmente demarcadas, evitando o ensaio que poderia, a partir de características transversais ou generalizações, relacionar tais experiências àquelas de outros indivíduos ou grupos, pela via de interpretação ou diagnóstico.

As experiências são, de um modo geral, tratadas como irredutíveis. Nem típicas, nem exemplares, tampouco extraordinárias. Ao contrário: únicas, singulares. O valor, aparentemente, está no “registro” e no trato respeitoso com elas, expondo suas particularidades – e não no olho que vê mais longe, relacionando-as à conjuntura e a outras experiências, ou à estrutura social, com suas potencialidades e problemas. São raros tanto os trabalhos que buscam explicações previamente estabelecidas, como era freqüente nos documentários dos anos 60, quanto os filmes investigativos que constroem e expõem interpretações a partir do desenrolar de um processo ou percurso.

A vontade agora é explorar mais os sujeitos no que têm de singular. Evitam-se generalizações, a busca dos porquês. Concentra-se na apresentação de um inventário do imaginários – enfim outra fenomenologia

mais regrada – sem se deter no problema da relação entre eles e as condições materiais de existência, sem saltos da experiência imediata para suas implicações sociais e políticas” (XAVIER, 2000: 104).

O documentário contemporâneo apresenta então, algumas semelhanças com o reality show. Mas diferente deste gênero de programa, alguns filmes brasileiros contemporâneos buscam sacudir a crença do espectador, sobre o que é real na TV.

Quatro documentários brasileiros – *Juízo* (2007), de Maria Augusta Ramos, *Serras da desordem* (2006), de Andrea Tonacci, *Santiago – Uma reflexão sobre o material bruto* (2007), de João Salles e *Jogo de cena* (2007), de Eduardo Coutinho. O que esses quatro documentários têm em comum, e que é praticamente inédito na produção atual brasileira, é a capacidade de perturbar a crença do espectador naquilo a que ele está assistindo, de suscitar dúvidas a respeito da imagem documental e de fazer com que essa percepção seja menos uma compreensão intelectual e mais uma experiência sensível. (LINS & MESQUITA, 2008: 82)

Curioso, e também sintomático, que por caminhos diversos, e sem que houvesse intenção dos diretores, eles tenham realizado filmes que nos obrigam a nos relacionar com situações audiovisuais novas, a renunciar ao desejo de controle sobre o que é ou não real, a nos deparar com o fato de que a fronteira entre o mundo e a cena inexiste em muitos casos – não só no documentário – e, que, mesmo assim, não deixamos de nos envolver com o que vemos.

3.4. Reality TV

Depois de falar sobre o documentário na contemporaneidade, chegou a hora da *reality TV*. Até então, esse gênero de programa não passou por mudanças significativas, desde o seu surgimento. Por isso serão feitas definições, mais que em estudo sobre o gênero. Até porque, muito se fala e se discute em web sites, mas poucas publicações surgiram sobre o assunto.

No início do século XXI, firma-se junto ao público o formato dos *reality shows*, que normalmente apresentam pessoas comuns ou celebridades flagradas em situações normais ou submetidas a provas e desafios inusitados. A câmera de vídeo, oculta ou não – mas continuamente presente – torna-se a abertura pela qual o telespectador espia, com atenção e avidez, o comportamento, o desempenho e a atuação dos personagens neste produto televisivo.

O gênero engloba os chamados *reality shows* (“shows–realidade”) ou *docu-soaps* (“documentários-novela”). Além disso, abrange muitos formatos de programação e vai desde os jogos ou programas de perguntas e respostas, até a vigilância ou voyeurismo como o programa Big Brother.

Os *Realities* frequentemente retratam uma forma de realidade, utilizando-se do sensacionalismo para atrair telespectadores e para gerar lucros de publicidade. Os participantes são geralmente colocados em locais exóticos ou situações anormais e algumas vezes são treinados para atuar de determinadas maneiras roteirizadas por editores ou produtores.

Estes programas pretendem levar ao espectador uma visão bem próxima da realidade, quase documental, de fatos ou do comportamento de indivíduos dentre os mais diversos grupos sociais, em contextos específicos designados pela produção e edição. O conteúdo de cada “show” vai desde resgates policiais em situações de risco, catástrofes e resgates médicos – quando a câmera acompanha passo a passo a ação real – até as competições nas quais os participantes são constantemente observados – várias câmeras seguem os competidores para mostrar além da competição em si, o comportamento de cada um. As estrelas desses programas são, com algumas exceções, pessoas comuns, personagens do cotidiano. Como diz o ex-presidente da NBC Entertainment, Garth Ancier, “a audiência vem demonstrado querer assistir a pessoas reais na televisão”.¹³

Na televisão, retratar pessoas em situações espontâneas começou na década de 1940. Estreando em 1948, Allen Funt's Candid Camera, (baseado em seu programa de rádio anterior de 1947, Candid Microphone) tem sido chamado de avô do gênero reality show. O programa mostrava, através de câmeras escondidas, pessoas comuns e desavisadas reagindo a brincadeiras criadas pela produção. As imagens continham em si

¹³ SCHLOSSER, 2000. Disponível em: www.findarticles.com.

tanto o educativo quanto o sensacionalista, mas, não demorou muito até que a proposta pedagógica cedesse lugar ao entretenimento sensacionalista puro e simples.

De qualquer forma, esses programas ganharam notoriedade na televisão em 1999, com a atração holandesa *Big Brother* (“Grande Irmão”), inspirada, em parte no projeto “Biosfera2” e, em parte, no livro *1984* do escritor George Orwell. *Big Brother* foi, naquele ano, o programa de entretenimento mais assistido na Holanda, segundo a rede de notícias CNN¹⁴. Baseado na constante vigilância de seus participantes, o programa é uma competição em que, para ser o vencedor, basta manter-se em convivência com outras pessoas dentro de uma casa fechada, sem contato com o mundo exterior. A partir do sucesso na Holanda, o formato *Big Brother* foi vendido a vários países. Depois outros programas do gênero começaram a pipocar nas telas e, hoje, inúmeras páginas e fóruns de discussão dedicados ao tem *reality show* podem ser encontrados na *web*.

Mas além do *Big Brother*, que é o mais famoso da categoria, existem muitos formatos e muitos nomes pipocando no mercado televisivo no mundo todo.

Tipo *Survivor* (ou No Limite): um grupo heterogêneo de pessoas é levado a um lugar remoto sem serviços elementares, no qual deverão procurar seu sustento e deverão competir para obter produtos básicos

Tipo *Big Brother*: um grupo heterogêneo de jovens de ambos sexos devem conviver durante certo tempo numa casa, formando alianças e tramando intrigas para não ser expulsados pelo voto dos espectadores. Entre a variedade de reality tipo *Big Brother* podemos encontrar a *Surreal Life* produzido pelo canal musical *Vh1* ou *The Real World* produzido pela MTV.

Tipo *Celebridades*: o programa se baseia no dia-a-dia de celebridades, mostrando o cotidiano de algum famoso. Os exemplos incluem “*The Anna Nicole Show*”, “*The Osbournes*”, “*Newlyweds: Nick and Jessica*”.

Tipo *Academia Artística*: um grupo de aspirantes a artistas, sejam cantores atores, etc., é selecionado para habitar numa escola de arte fechada, onde recebem lições e são eliminados em função de sua habilidade julgada por juízes ou bem pelo voto dos espectadores. Marcos importantes nesta tendência são os programas *X Fator*, *American Idol*, *Ídolos* e *Operação Triunfo* (de tendência musical) emitido por TVE e RTP e do

¹⁴ CNN. Disponível em: <http://www.cnn.com/>

qual se produziram programas *clônicos* em países como Espanha, Portugal, Argentina, Brasil, México, Colômbia, Venezuela e Chile.

Tipo *Solteiro*: um homem ou mulher solteiro, usualmente rico ou famoso, deverá eleger entre um grupo de pretendentes. Nesta classe de emissões, costuma ser o solteiro quem decide quem prossegue na competição. Ex.: *The Bachelor*

Tipo *Busca de Emprego*: um grupo de participantes se submete às regras ditadas por um empresário a mudança de obter um emprego para trabalhar numa de suas empresas. O programa típico desta nova tendência é *O Aprendiz (The Apprentice)*, programa da rede televisiva NBC e conduzido pelo empresário estadunidense Donald Trump. Na América Latina se produziram duas versões: uma brasileira conduzida pelo empresário Roberto Justus para a *Rede Record* e outra na Colômbia com o empresário turístico de origem francesa Jean-Claude Bessudo pelo *Canal Caracol*.

Tipo *Exóticos*: pessoas comuns ou artistas já consagrados são colocados em lugares desconhecidos ou em situações que não fazem parte do seu cotidiano e têm a missão de desvendar lugares de difícil acesso, culturas diferentes, religiões, costumes, e as dificuldades que aparecerem no caminho, tudo registrado pelas lentes das câmeras.

Independente do *tipo*, os *reality shows*, então, conquistaram importante espaço nas grades televisivas, mostrando altos índices de audiência e promovendo um aumento de visitas às páginas das emissoras na internet.

O instituto Eurodata, sediado em Paris, mede o tempo que passam diante da TV aproximadamente 1,2 bilhões de telespectadores em 64 países. Segundo o instituto em 2000 o telespectador aumentou, em média, sete minutos por dia de seu tempo dedicado à televisão, em relação ao ano anterior. Surpreendentemente, o Eurodata afirma que esse aumento é resultado da “febre” dos *reality shows*, e justifica que programas como *Big Brother* e *Survivor* ficaram naquele ano entre os 10 mais vistos em cinco países. E o novo gênero parece também ter chamado a atenção dos críticos de televisão. Como se pôde ver na reportagem “*That’s Docutainment*”, de Bill Dunlap, na revista *World Screen News*, a *Academy of television Arts & Sciences* (Academia de Artes & Ciências da Televisão) dos Estados Unidos que criou uma nova categoria no *Emmy Award* para os programas de “*Reality TV*.”¹⁵

¹⁵ Revista WORLD SCREEN NEWS, abril/2001: 74

Mesmo com a magnitude do fenômeno cultural, social e político que os *reality shows* representam, como foi dito no primeiro parágrafo, é surpreendente que um número relativamente modesto de publicações dedicadas à sua compreensão tenha surgido nos mercados editoriais mundo afora. Por isso, existem diversos estudos e discussões com o intuito de definir alguns *Realities TV* e as regras para identificar algumas produções como documentário ou reality show são menos características formais do que elementos extra textuais. E TV Realidade torna-se capaz de reformular as premissas acerca da realidade com as quais tradicionalmente os documentários trabalham. Mas sem dúvida a sua característica mais marcante é o acaso não-roteirizado.

No entanto, claramente, os *realities shows* e *docu-soap*, as vertentes mais próximas dos programas de TV Realidade analisados por esta pesquisa, não podem ser tomados como materiais documentais – apesar de o próprio nome *docu-soap* conter essa expressão. Primeiro porque todos esses programas sofrem edições, de forma a tornar seu conteúdo o mais atraente possível ao público, o que altera a produção de significado das imagens. Segundo, porque muitas das situações apresentadas na tela são artificiais, arranjadas pela produção dos programas. Mas é importante lembrar que, para o grande público, os *reality shows* são vendidos como uma face da vida real na TV.

Como os gêneros têm a função de facilitar à audiência o reconhecimento dos diferentes programas, o *reality show* é, na visão de Cossete, em “*Por que os reality shows conquistam audiência*”, um gênero televisivo que cumpre um “papel importante na história das formas de espetacularização entre televisão e audiência seja através da informação, da ficção ou do entretenimento” (CASTRO, 2006: 39), revelando as mudanças por que passa a TV, entre elas o fim da fronteira entre o espaço público e o privado.

4. Estudo de casos - Multishow Reality

Multishow é um canal da operadora Globosat de televisão. No ar desde 1991, tem uma ampla gama de estilos na programação na área do entretenimento, sendo um de seus maiores concorrentes é a MTV Brasil.

Inicialmente o canal apresentava apenas programas musicais ditos "cults", como o Free Jazz, baseado no festival musical patrocinado pela marca de cigarros e uma quantidade bem maior de séries estrangeiras clássicas apresentadas em uma faixa chamada "Retrô TV": Monty Python, Havaí 5.0, Mary Tyler Moore, entre outros que já não eram apresentados no Brasil há muito tempo.

O canal também apresentava programação infantil, em uma faixa chamada "Babá Eletrônica", com desenhos animados como Os Simpsons, Garfield, Caverna do Dragão, The Super Mario World Show, e desenhos japoneses, tanto animes quanto OVAs, na sessão "Japanimation", entre outros.

Antes da criação do Canal Brasil e do Telecine Cult, também da Globosat, os filmes nacionais e de arte também eram apresentados no Multishow. Curiosamente, o único programa que está no ar desde 1991 é o *Sexytime*, que exibe sessões de striptease e filmes eróticos.

Entre 1994 e 1996, a rede Nickelodeon esteve no Multishow. Os programas incluíam Ren & Stimpy, Rugrats, Clarissa, Doug, As Aventuras de Pete & Pete, Roundhouse (renomeado como Videotribo) e Wild & Crazy Kids (renomeado como Galera Fera).

Atualmente o canal é voltado ao público jovem, tendo sido recentemente extintas da grade as poucas séries clássicas (como *A Gata e o Rato*) e outros programas musicais que não se enquadravam no novo perfil do canal. O canal é reconhecido por bater recordes de audiência na TV por assinatura. Mas os maiores índices foram atingidos com a exibição de *flashes* ao vivo do *Big Brother Brasil*. Em 27 de fevereiro de 2007, “após a eliminação de Íris Stefanelli, que enfrentava Diego Gasques *Alemão* no paredão, o canal atingiu a maior audiência de todos os canais a cabo, 7,5 pontos no Ibope, 1.143.561 pessoas”¹⁶

¹⁶ WIKIPÉDIA. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki/Multishow>

Talvez pelo sucesso que o *reality show* atingiu no canal, a emissora, desde então, vem investindo neste gênero. Só em 2009, lançou mais de dez programas, com formatos parecidos e com a chamada *Multishow Reality apresenta* antecedendo o inícios destes novos programas, para chamar a atenção do telespectador.

Neste estudo de casos, foram escolhidos dois destes programas para a análise: *Nalu pelo Mundo* e *Extremos*. Ambos são séries em que cada semana estréia um episódio e este é repetido algumas vezes nesta mesma semana.

Mas antes da análise, mesmo que esses programas pareçam ser um retrato fiel da realidade, é preciso deixar claro que ambos possuem editores, diretores, produtores, dezenas de profissionais da televisão, por tras das imagens recebidas pelos telespectadores.

4.1. Nalu Pelo Mundo

O programa, que tem 15 episódios conta a história de uma família incomum: o casal Everaldo (surfista profissional) Pato e Fabiana Nigol e a filha de dois anos Isabelle Nalu, que vivem viajando pelo mundo em busca de novas culturas, belezas exóticas e ondas magníficas. As imagens são feitas na Austrália e na Indonésia e são só os três que filmam e são filmados. Fabiana, que é a cinegrafista, produz a maioria das filmagens, mas o Pato, muitas vezes, também se torna o cinegrafista. Fabiana conta como são feitas as filmagens:

Somos nós três mesmo: Pato, eu e a Isabelle. Enquanto o Pato surfa, eu gravo as ondas e as paisagens. A Isabelle fica na minha volta brincando, conversando e às vezes "atrapalhando", pedindo colo, querendo filmar também, etc. Nos passeios, eu e o Pato nos revezamos para gravar. Somente em situações em que não consigo filmar da praia e preciso ir para um barco, peço para alguém do local olhar a Isabelle por duas ou três horas no máximo. É difícil, pois sempre estamos indo para lugares diferentes e não posso deixar a Isabelle com qualquer pessoa. Tem a barreira da língua também, ela fala português e nós viajamos por lugares onde as

peças nem inglês falam, não iriam entender as necessidades dela.¹⁷

Nesta entrevista editada pelo canal, fica claro o apelo pelo *reality TV*. A cinegrafista faz imagens “reais” da sua família, deixando transparecer as dificuldades e no programa. Aqui, se aproxima principalmente no *reality* baseado na exploração de lugares exóticos, no qual a família é colocada em lugares desconhecidos ou em situações que não fazem parte do seu cotidiano e têm a missão de desvendar lugares de difícil acesso, culturas diferentes, tudo registrado pelas lentes das câmeras.

Algumas vezes, a edição do programa faz apelos, mostrando até cenas chocantes, como em uma visita a um parque de macacos na Indonésia, quando um macaco quase ataca a pequena Isabelle. Este episódio – que está no CD, anexo deste estudo – mostra uma cena em que o Pato filma a Fabiana com a filha no colo e um macaco tenta atacar menina. Depois, aparece o depoimento do Pato, contando a dificuldade e a dúvida de continuar a gravação, ou largar a câmera e salvar a filha. Neste caso, além do apelo pelo real, tem também o apelo pelo espetáculo.

É importante ressaltar, que a Fabiana não é cinegrafista, mas é vista como tal, já que passou a desempenhar esta função a partir do interesse por parte da mídia. A partir de uma viagem com o Pato, ela sentiu a necessidade de fazer algo de útil, pegou uma câmera com um amigo e começou a fazer imagens do marido surfando. A partir daí, algumas emissoras começaram a se interessar pelas imagens, querendo adquirir filmagens de determinados lugares visitados pela família e a Fabiana começou a fazer alguns programas “sem querer” (informações transcritas de uma entrevista concedida pela família à rádio Jovem Pan online). A partir deste interesse, fizeram um filme com uma coleção de imagens feitas em quatro anos e lançado em 2008. Após o filme, foram convidados pelo canal Multishow para fazer o programa *Nalu pelo mundo*, já que a filha do casal tinha nascido.

A partir desde dado, o programa se aproxima do jornalismo cidadão, no qual aquele que antes era apenas telespectador se transforma em repórter: fotografa, filma, escreve. E, sendo o material bom, o programa entra na mídia com o devido crédito, como aconteceu com esta família.

¹⁷ NIGOL, 2009. Disponível em: <http://multishow.globo.com/Nalu-Pelo-Mundo/Materias/Diretamente-da-Indonesia--Fabiana-Nigol-fala-sobre-Nalu-Pelo-Mundo.html>.

Nesta análise, fica clara a aproximação do programa com *reality show*, *jornalismo cidadão* e, até, *documentário*, ao mostrar as experiências como são, de um modo geral, tratadas como irredutíveis. Nem típicas, nem exemplares, tampouco extraordinárias. Ao contrário: únicas, singulares. O valor, aparentemente, está no “registro” e no trato respeitoso com elas, expondo suas particularidades – e não no olho que vê mais longe, relacionando-as à conjuntura e a outras experiências, ou à estrutura social, com suas potencialidades e problemas.

4.2. Extremos

“Confira os vídeos do programa que trazem belas imagens e muito sofrimento”. Esta chamada no site do programa, já evidencia o lado do interesse pelo sofrimento do programa. *Extremos* mostra a superação da apresentadora Dani Monteiro em trilhas radicais e muitos desafios, como chegar ao acampamento-base da maior montanha do mundo, o Everest, ou subir os 5600m de altura do Monte Kala Patthar. “Além do medo e da adrenalina, o cinegrafista Carlos 'Magoo' Neves e a médica Karina Oliani acompanham Dani nessa aventura”¹⁸. Ela já é adepta aos esportes radicais e está acostumada a viajar pelo mundo em busca deles, nesta série, passa por desafios mais arriscados, que envolvem o cansaço físico e mental. Seja no frio, calor, no mato ou na neve, a apresentadora tenta percorrer as travessias mais difíceis de sua vida. Além das trilhas oferecerem subidas íngrimes, trechos perigosos e caminhos complicados, outros fatores vão dificultar a sua vida como o cansaço, as noites sem dormir e a falta de água:

Mas, esse "passeio" também terá seu lado bom, com lindas paisagens, experiências especiais e o conhecimento de novas culturas. Por isso, a partir do dia 23 de julho, fique ligado, pois a cada episódio uma meta será traçada e os perrengues sempre vão aparecer. Você vai poder acompanhar os momentos mais difíceis, as especificidades de cada travessia e

¹⁸ SITE DO MULTISHOW. Disponível em: <http://multishow.globo.com/Extremos/Sobre-o-Programa>.

convivência inconstante da apresentadora com a sua equipe.¹⁹

Neste programa, a apresentadora que já era famosa, podendo ser considerada uma celebridade, é colocada em situações muito complicadas e extremas, nas quais chora, grita e algumas vezes, fala que não vai agüentar o programa, como em alguns *reality shows*, em que participantes famosos são colocados em confinamento. Por outro lado, existe também o apelo a lugares exóticos, nos quais aparecem imagens de territórios praticamente virgens na África, na Patagônia e etc. No texto transcrito do site do Multishow, fica claro apelo pelas dificuldades. “Dani Monteiro e equipe saem de Phakding rumo a Namche Bazar. Magoo reclama da dificuldade de descansar e Dani de cansaço nas pernas. No almoço, sentem falta da comida que estão acostumados, especialmente da carne.”²⁰

Neste caso, o programa não tem aproximação do jornalismo cidadão, porque tem um cinegrafista profissional e uma apresentadora já consagrada. Mas mesmo assim, tem além de características de *reality show* citadas acima, muito em comum com o documentário, porque mostra os costumes, através de entrevistas com moradores e outros personagens que participam esporadicamente de episódios.

¹⁹ SITE DO MULTISHOW. Disponível em: <http://multishow.globo.com/Extremos/Sobre-o-Programa>.

²⁰ SITE DO MULTISHOW. Disponível em: <http://multishow.globo.com/Extremos/Sobre-o-Programa>.

5. Conclusão

Ao longo deste trabalho procurou-se entender a lógica da TV contemporânea, na qual não é mais possível definir e classificar os programas em gêneros. A programação está cada vez mais híbrida, quanto mais com o advento das novas tecnologias. Qualquer um pode estar nas telas, basta ter uma boa idéia, algo inovador em mente e a partir daí, qualquer emissora, pode comprar a idéia de um programa. E está se tornando uma tarefa quase que impossível, classificar os programas em gêneros.

Outro aspecto importante é que o estudo serviu para repensar o lugar e o espaço que o jornalismo vem ocupando. Numa época de democratização da mídia, esta profissão passa por conflitos estruturais profundos, para se distinguir de um cidadão comum, com uma câmera na mão e uma idéia na cabeça. Por outro lado, a figura do jornalista, se torna cada vez mais importante na mediação de tanta informação disponibilizada.

Outra conclusão é que o interesse pelo real, tema antigo entre os pensadores da comunicação, e item indispensável ao jornalismo está em alta. Ou pela aproximação com o espetáculo ou pelo interesse em ver a realidade representada. Porém, observou-se que o telespectador e também receptor das imagens televisivas, em sua maioria, não tem um consumo consciente destas imagens. Por esta razão e pela falta de definição entre gêneros e, assim, entre ficção e realidade, acaba ficando desorientado frente a tantas mudanças e ao bombardeamento de informações.

Em um país onde a televisão é a principal fonte de informação da maioria o risco de que a realidade apresentada por uma grande emissora passe a ser considerada como verdadeira é cada vez maior e conta com o respaldo dos aparelhos que passam a dominar ainda mais a atividade de seus “funcionários”. Para não se submeter à alienação, que pode ser causada pelos aparelhos, é preciso retomar a história, reconsiderar velhas práticas, valorizar mais os textos e deixar-se submeter menos à crença baseada apenas nos olhos. Mas, sem sombra de dúvida, os telespectadores, com a tecnologia digital sentirão a realidade mais próxima, afinal, quando mais imersos menos questionadores. É necessário perceber que não é possível confiar apenas no que se vê, por mais que tudo pareça ainda mais próximo do mundo que os cerca.

Acreditar, não acreditar, não acreditar mais, acreditar apesar de tudo: essas são questões que agitam o jornalismo, o documentário, o cinema, o *reality show*, enfim, tudo o que consumimos através da mídia. A produção, principalmente, televisiva dominante acaba impondo ao telespectador a ilusão do lugar do controle, do que sabe, julga e decide. Espetáculos do realismo, telejornais, telenovelas, publicidade, programas de variedades respondem a todas as supostas demandas da “audiência” com explicações, informações, reiteraões, eliminando ambiguidades, paradoxos, contradições. O telespectador é incessantemente assegurado e esclarecido a respeito do que vê na imagem, procedimento que faz ele acreditar ser “mestre do jogo”, predispondo-o a sofrer manipulações de todo tipo justamente por considerar tarefa fácil se situar em meio às imagens do mundo.

Por outro lado, é importante enfatizar que estamos diante de um tempo de interação e interatividade, de um modelo de múltiplos caminhos, e não mais unidirecional e cartesiano. Momento propício para que repensemos a prática da comunicação a fim de compreendermos os contornos que o jornalismo, o documentário e o *reality show* e a mídia em geral assumem na contemporaneidade.

Mas como ser um telespectador consciente? A partir deste trabalho, conclui-se que, da oscilação entre crença e descrença, se constrói o retrato do telespectador consciente. Uma instabilidade que o obriga a se confrontar com os seus limites e perceber que a posição de controle é insustentável, tanto no cinema, quanto na TV e na vida. Uma premissa simples descartada pela maior parte das produções midiáticas, talvez por conter possibilidades de evidenciar para o espectador o fato de que ele pode, sim, ser manipulado a todo instante, de que não há nada nas imagens que garanta sua veracidade, ou autenticidade, de que tudo pode ser simulado, e que saber disso, já é um bom ponto de partida para compreender melhor o que se passa a nossa volta.

O que não quer dizer que a imagem não valha nada: ela pode mentir, falsificar, simular dizer a verdade, mas pode também ser associada a outras imagens e outros sons para fabricar experiências inéditas, complexificar nossa apreensão do mundo, abrir nossa percepção para outros modos de ver e saber. As imagens são frágeis, impuras, insuficientes para falar do real, mas é justamente com todas as precariedades e a partir de todas as lacunas, que é possível trabalhar com elas. O papel do telespectador consciente é o de produzir experiências e reflexões através da forma com que são

montadas as imagens televisivas. É na articulação das imagens no tempo da projeção que oscilações, incertezas, sensações, reflexões e aprendizados se dão. São exercícios que levam o espectador a se perguntar: o que eu vejo nessa tela? Realidade, verdade, simulacro, manipulação, ficção, tudo ao mesmo tempo? Questões que, diante de um mundo-espetáculo, se transformaram em questões que dizem respeito a todos nós.

6. Referências bibliográficas

Livros, artigos, dissertações e teses

BELTRÃO, Ana Carolina. *O Telespectador vigilante: uma análise do programa Big Brother*. Orientadora: professora Ivana Bentes. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2001. Projeto experimental (Jornalismo).

BONNER, Willian. *Jornal Nacional: modo de fazer*. Rio de Janeiro. Ed. Globo, 2009.

CASTRO, Cossete. *Por que os reality shows conquistam audiência?* São Paulo: Paulus, 2006.

DOC COMPARATO, 1949 – *Da criação ao roteiro*. Rio de Janeiro: Rocco, 1995

DA COSTA, Belarmino César G. *Jornalismo Impresso: conceito de notícia e a técnica de fetichização dos fatos*. In: MARQUES DE MELO, José (org.). *Transformações do Jornalismo Brasileiro: ética e técnica*. São Paulo: Intercom, 1994).

DEBORD, Guy. *Society of the spectacle*. Detroit: Black and Red, 1967.

GILLMOR, Dan. *We the media: Grassroots journalism by the people, for the people*. Califórnia, EUA: O'Reilly Media, 2004.

FLUSSER, Vilém. *Filosofia da Caixa preta: por uma filosofia da fotografia*. Rio de Janeiro: Relume Dumará, 2002.

FLUSSER, Vilém. *O universo das imagens técnicas: elogio da superficialidade*. São Paulo: Annablume, 2008.

KELLNER, Douglas. *Cultura da mídia e triunfo do espetáculo*. In: MORAES, Denis (organizador). *Sociedade midiaticizada*. Rio de Janeiro: Mauad, 2006.

KERCKHOVE, Dierrick. *A pele da cultura*. Lisboa: Relógio D'água, 1997.

LINS, Consuelo & MESQUITA, Cláudia. *Filmar o real: sobre o documentário brasileiro contemporâneo*. Rio de Janeiro, RJ: Jorge Zahar Ed. 2008.

L. Ouellette *Reality TV: Remaking Television Culture*. Murray, professora do Departamento de Cultura e Comunicação da NYU (organizadora). Estados Unidos. Columbia U.P. 2002.

MORETZSOHN, Sylvia. *Jornalismo em tempo real: O fetiche da velocidade*. Rio de Janeiro: Revan: 2002.

MELO, Laurenio de Melo (tradução). *Roteiro para documentário*. Rio de Janeiro. Rocco. 2001.

PACHECO, Gabriela de Rezende Nora. *Segmentação no jornalismo impresso: classificação do real e fragmentação do noticiário*. Orientadora: Raquel Paiva de Araújo Soares. Rio de Janeiro: UFRJ/ECO, 2007. Monografia (Graduação em Comunicação Social – Jornalismo).

PEREIRA Jr., Alfredo Eurico Vizeu. *Decidindo o que é notícia: os bastidores do telejornalismo*. Porto Alegre: EDIPUCRS, 2000.

VATTIMO, Gianni. *A sociedade transparente*. Tradução: Carlos Aboim de Brito. Biblioteca de Filosofia Contemporânea, Rio de Janeiro: Edições 70, 1991.

WOLF, Michael J. *Entertainment Economy: How Mega-Media Forces are transforming Our Lives*. Nova Iorque: Times Books, 1999.

WOLTON, Dominique. *Pensar a comunicação*. Tradução: Zélia Leal Adghir. Ni. Brasília. Ed. Universidade de Brasília, 2004.

XAVIER, Ismail, *O cinema brasileiro dos anos 90*. São Paulo, Hucitec. 2000.

Web sites

LEAL FILHO, Laurindo Lalo. Professor do Departamento de Jornalismo e Editoração da Escola de Comunicações e Artes da USP. *As raízes da espetacularização da notícia*. www.observatoriodaimprensa.com.br/artigos.asp?cod=351TVQ002. Consultado em 10/11/2009.

MULTISHOW: <http://multishow.globo.com/Extremos/Episodios>

NA TELINHA. Disponível em: http://natelinha.uol.com.br/2009/10/23/not_26228.php. Acessado em: 18/11/2009.

PELEGRINI, Milton. *As verdades, as meias verdades e as versões do jornalismo*. In: Revista Grebh] vol. 10 disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php/ghrebh/article/view/6/3>. Acessado em: 29/10/2009.

SCHLOSSER, Joe. CBS adopts Big Brother. Disponível na INTERNET via www.findarticles.com (da revista BROADCASTING AND CABLE). Arquivo de 07/02/2000, consultado em 23/10/2009.

TIBURI, Marcia. *A máquina de mundo: uma análise do conceito de aparelho em Vilém Flusser*. In: Revista Grebh vol. 10 Disponível em: <http://revista.cisc.org.br/ghrebh/index.php/ghrebh/article/view/3/1>. Acessado em: 29/10/2009.

WIKIPEDIA. Disponível em <http://pt.wikipedia.org/wiki>. Acessado em 14/11/2009.

